

Н.А. Волгина

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

Рекомендовано
Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО
в качестве **учебника** для студентов,
обучающихся по направлению
«Международные отношения»

BOOK.ru

ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНАЯ СИСТЕМА

КНОРУС • МОСКВА • 2018

УДК 339.5(075.8)
ББК 65.428
В67

Волгина, Наталья Анатольевна.

В67 Международная торговля : учебник / Н.А. Волгина. — Москва : КНО-РУС, 2018. — 274 с. — (Бакалавриат).

ISBN 978-5-406-06406-1

Представляет собой систематическое изложение курса международной торговли — первой части предмета «Международная экономика» (вторая часть посвящена международным финансам). В работе нашли отражение как теоретические подходы к анализу международной торговли (классические, неоклассические и альтернативные), так и практические вопросы проведения торговой политики и получения выгод от торговли, эффектов региональной интеграции и международного движения капитала в его различных формах.

Соответствует ФГОС ВО последнего поколения.

Для студентов, аспирантов и преподавателей экономических факультетов вузов, а также для слушателей школ бизнеса, научных и практических работников.

**УДК 339.5(075.8)
ББК 65.428я73**

Волгина Наталья Анатольевна
МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

Изд. № 15115. Подписано в печать 24.01.2018. Формат 60×90/16.

Гарнитура «Newton». Печать офсетная.

Усл. печ. л. 17,5. Уч.-изд. л. 16,8. Тираж 500 экз.

ООО «Издательство «КноРус».

117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.

Тел.: 8-495-741-46-28.

E-mail: office@knorus.ru <http://www.knorus.ru>

Отпечатано в АО «Т8 Издательские Технологии».

109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5.

Тел.: 8-495-221-89-80.

ISBN 978-5-406-06406-1

© Волгина Н.А., 2018

© ООО «Издательство «КноРус», 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1. КЛАССИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.....	7
1.1. Введение.....	7
1.2. Меркантилизм.....	9
1.2.1. Система взглядов меркантилистов.....	10
1.2.2. Значение меркантилизма.....	12
1.3. Теория абсолютного преимущества Адама Смита.....	13
1.3.1. Абсолютное преимущество как базис для взаимовыгодной торговли...	13
1.3.2. Допущения в модели Смита.....	14
1.3.3. Иллюстрация использования абсолютного преимущества в торговле двух стран.....	15
1.3.4. Значение теории абсолютного преимущества.....	19
1.4. Теория сравнительного преимущества Давида Рикардо.....	19
1.4.1. Закон сравнительного преимущества.....	19
1.4.2. Иллюстрация использования сравнительного преимущества в торговле двух стран.....	20
1.4.3. Значение теории сравнительного преимущества и ее дальнейшая модификация.....	23
1.5. Г. Хаберлер: сравнительное преимущество и альтернативные издержки.....	24
1.5.1. Закон сравнительного преимущества и трудовая теория стоимости.....	25
1.5.2. Понятие альтернативных издержек.....	25
1.5.3. Сравнительное преимущество в свете альтернативных издержек.....	26
1.5.4. Полная специализация и выгоды от торговли при постоянных альтернативных издержках.....	29
1.6. Концепция взаимного спроса Дж.С. Милля.....	31
1.6.1. Формулировка закона взаимного спроса.....	31
1.6.2. Графическая интерпретация закона взаимного спроса.....	32
1.6.3. Значение концепции взаимного спроса.....	35
1.7. Эмпирические проверки рикардианской модели.....	36
1.7.1. Макдугалл: методика проверки, тестируемые предположения.....	36
1.8. Выводы.....	38
ГЛАВА 2. НЕОКЛАССИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.....	43
2.1. Введение.....	43
2.2. Теория Хекшера — Олина: соотношение факторов производства и международная торговля.....	44
2.2.1. Идея подхода Хекшера — Олина.....	44
2.2.2. Предпосылки или допущения теории Хекшера — Олина.....	44
2.2.3. Факторонасыщенность: относительная обеспеченность страны факторами производства.....	47
2.2.4. Теорема Хекшера — Олина.....	49
2.3. Теорема Хекшера — Олина — Самуэльсона: международная торговля и выравнивание факторных цен.....	54
2.3.1. Формулировка теоремы $X - O - C$	54
2.3.2. Графическая иллюстрация теоремы $X - O - C$	55
2.3.3. Международная торговля как субститут международного движения факторов производства.....	56

2.3.4. Выравнивание абсолютных цен на факторы производства	57
2.4. Теорема Столпера — Самуэльсона:	
влияние товарных цен на факторные цены	58
2.4.1. Формулировка теоремы Столпера — Самуэльсона	58
2.4.2. Графическая иллюстрация теоремы Столпера — Самуэльсона	59
2.4.3. Эффект усиления Джонса	61
2.5. Теорема Рыбчинского: предложение факторов производства	
и объем выпуска товаров	62
2.5.1. Формулировка теоремы Рыбчинского	62
2.5.2. Графическая иллюстрация теоремы Рыбчинского	63
2.5.3. Теорема Рыбчинского и международная торговля:	
возможность деиндустриализации	65
2.6. Эмпирические проверки теории Хекшера — Олина	66
2.6.1. Парадокс Леонтьева	66
2.6.2. Другие эмпирические проверки теории Хекшера — Олина	70
2.6.3. Что дали эмпирические проверки теории Хекшера — Олина?	70
2.7. Стандартная модель международной торговли	71
2.7.1. Неоклассические теории международной торговли	
и неоклассическая экономическая теория	72
2.7.2. Инструменты неоклассического анализа международной торговли	73
2.7.3. Граница производственных возможностей	
при возрастающих альтернативных издержках	73
2.7.4. Предельная норма трансформации	75
2.7.5. Кривые безразличия	75
2.7.6. Равновесие в условиях автаркии	78
2.7.7. Равновесие в условиях торговли	80
2.7.8. Неполная специализация в условиях возрастающих издержек	81
2.7.9. Выгоды от торговли	82
2.8. Модель общего равновесия международной торговли	83
2.8.1. Частичное равновесие международной торговли	84
2.8.2. Кривые взаимного предложения в торговле	85
2.9. Выводы	87
ГЛАВА 3. АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ	94
3.1. Введение	94
3.2. Ослабление допущений теории Хекшера — Олина и альтернативные теории	
международной торговли	95
3.3. Технологические теории международной торговли	96
3.3.1. Значение технологических изменений для международной торговли ...	96
3.3.2. М. Познер: торговля, основанная на технологическом разрыве	99
3.3.3. Р. Вернон: жизненный цикл товара и международная торговля	102
3.3.4. Г. Хафбауер: динамическая экономия от масштаба	
и международная торговля	108
3.3.5. Общие замечания по технологическим теориям торговли	109
3.4. Международная торговля, основанная на экономии от масштаба	
производства	110
3.4.1. Ослабление допущения о постоянных средних издержках	
производства	110
3.4.2. Экономия от масштаба как базис для специализации	
в международной торговле	111
3.4.3. Виды экономии на масштабе производства	114

3.4.4. Значение теорий международной торговли, основанной на эффекте масштаба	116
3.5. Международная торговля в условиях монополистической конкуренции.....	117
3.5.1. Монополистическая конкуренция как простейший случай олигополии.....	117
3.5.2. Предпосылки модели монополистической конкуренции.....	118
3.5.3. Рыночное равновесие в модели монополистической конкуренции.....	119
3.5.4. Монополистическая конкуренция и внешняя торговля	122
3.6. Теории внутриотраслевой торговли: гомогенные товары.....	124
3.6.1. Межотраслевая и внутриотраслевая торговля	124
3.6.2. Гомогенные и дифференцированные товары	125
3.6.3. Внутриотраслевая торговля гомогенными товарами: отдельные случаи.....	125
3.6.4. Модель взаимного демпинга Брандера — Кругмана.....	127
3.7. Теории внутриотраслевой торговли: дифференцированные товары	132
3.7.1. Горизонтально и вертикально дифференцированные товары.....	132
3.7.2. Модель «базовых свойств» Ланкастера.....	133
3.7.3. Модель Дикзита — Стиглица: «любовь к разнообразию»	138
3.7.4. Теория «пересекающегося» спроса С. Линдера: ВОТ вертикально дифференцированными товарами	141
3.8. Измерение внутриотраслевой торговли.....	144
3.9. Выводы	146
ГЛАВА 4. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА	154
4.1. Введение.....	154
4.2. Введение таможенного тарифа: понятия и определения	155
4.2.1. Понятие таможенного тарифа	155
4.2.2. Виды таможенных пошлин.....	155
4.2.3. Причины введения тарифов.....	156
4.2.4. Экономика малой и большой страны.....	157
4.2.5. Излишки потребителя и производителя в условиях автаркии	158
4.3. Введение импортного тарифа в малой стране	160
4.3.1. Равновесие на рынке товара X в стране, вводящей тариф.....	160
4.3.2. Влияние импортного тарифа на потребителя и производителя в малой стране	161
4.4. Введение импортного тарифа в большой стране.....	164
4.4.1. Равновесие на рынке товара X в большой стране.....	164
4.4.2. Эффекты введения тарифов в большой стране	165
4.4.3. Оптимальный тариф в большой стране	167
4.5. Нетарифные барьеры в международной торговле	171
4.5.1. «Новый протекционизм» и его причины.....	171
4.5.2. Классификация нетарифных барьеров.....	172
4.5.3. Импортные квоты как важнейший вид количественных ограничений ...	174
4.5.4. Теоретический анализ импортных квот.....	174
4.5.5. «Добровольные» ограничения экспорта.....	179
4.5.6. Скрытые нетарифные барьеры.....	185
4.5.7. Финансовые нетарифные методы	191
4.5.8. Демпинг	195
4.6. Выводы	199
ГЛАВА 5. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ	205
5.1. Введение.....	205

5.2.	Этапы экономической интеграции.....	205
5.2.1.	Преференциальные торговые соглашения	206
5.2.2.	Зона свободной торговли.....	207
5.2.3.	Таможенный союз.....	207
5.2.4.	Общий рынок.....	208
5.2.5.	Экономический и валютный союз	209
5.3.	Неоклассический подход к анализу экономической интеграции	210
5.3.1.	Статические эффекты создания и отклонения торговли	211
5.3.2.	Динамические эффекты интеграции	215
5.3.3.	Попытки измерения выгод от интеграции	217
5.3.4.	Экономическая интеграция как торговая политика «второго лучшего».....	218
5.4.	Выводы	219
ГЛАВА 6.	МЕЖДУНАРОДНОЕ ДВИЖЕНИЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА И ТНК.....	224
6.1.	Введение.....	224
6.2.	Структура и масштабы международного движения капитала.....	224
6.2.1.	Формы международного движения капитала.....	224
6.2.2.	Инструменты международного заимствования и кредитования.....	226
6.2.3.	Портфельные инвестиции: определение и сложности учета	227
6.2.4.	Прямые инвестиции	228
6.3.	Международные корпорации: понятие и определения	232
6.3.1.	Особенности различной терминологии.....	232
6.3.2.	Международное производство и особенности его измерения.....	236
6.4.	Неоклассические теории международного движения капитала	237
6.4.1.	Бертил Олин: международные переливы капитала как «исключение из правил»	237
6.4.2.	Рagnar Нурксе: движение капитала вследствие межстрановых различий в ставках процента	238
6.4.3.	Карл Иверсен: риск как фактор вложения капиталов за рубежом	240
6.4.4.	Роберт Манделл: международная мобильность капитала как субститут мобильности товаров.....	241
6.5.	Теории международного производства и прямых иностранных инвестиций... ..	242
6.5.1.	Неоклассические модели как отправная точка теорий международного производства	242
6.5.2.	Альтернативные подходы к анализу международного производства.....	244
6.5.3.	Стивен Хаймер: специфические преимущества фирмы в условиях несовершенных рынков.....	245
6.5.4.	Теории территориального (пространственного) размещения производства.....	247
6.5.5.	Транзакционные издержки и интернализация в процессе международного производства	249
6.5.6.	Д. Даннинг и эклектическая парадигма международного производства.....	252
6.6.	Роль ТНК в мировой торговле и международном производстве	260
6.6.1.	Некоторые показатели динамики ПИИ и международного производства	261
6.6.2.	Роль ТНК в мировой торговле	261
6.6.3.	Трансфертное ценообразование.....	262
6.7.	Выводы	267

ГЛАВА 1

КЛАССИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1. ВВЕДЕНИЕ

В последние десятилетия в сфере международной экономики произошли события, которые не только оказали серьезное влияние на развитие национальных экономик подавляющего большинства стран мира, но и изменили расстановку сил в мировой экономике и политике. Это такие события, как создание ВТО, которая продолжила усилия ГАТТ по либерализации мировой торговли, мощное продвижение вперед процесса европейской интеграции и введение единой европейской валюты (евро), которая в будущем, возможно, составит конкуренцию доллару, динамичное развитие азиатских государств, в первую очередь Китая, что может иметь важные последствия в самой ближайшей перспективе. Так, 1990-е гг. ознаменовались распадом социалистической плановой системы хозяйствования, постепенным открытием экономики стран Центральной и Восточной Европы, России, других бывших союзных республик и их вхождением на мировой рынок. Прошедшее десятилетие стало периодом больших потрясений в валютно-финансовой сфере, глубоких финансовых кризисов практически во всех регионах мира. Колебания цен на нефть в сочетании со значительным их ростом в начале нового столетия также внесли существенный элемент нестабильности в развитие мировой экономики. На фоне этих и множества других событий стала еще более заметной тенденция к росту взаимозависимости национальных экономик и глобализации мировой экономики в целом. Процессы, протекающие «внутри» национальной экономики, более невозможно анализировать без учета влияния внешней среды, которая очень часто становится определяющим фактором их экономического, политического и социального прогресса.

Начало 2000-х гг. совпало с разворачиванием новых процессов в мировой экономике. Период повышательных цен на ресурсы, в первую очередь минеральные, завершился глобальным финансово-экономическим кризисом, который поставил перед учеными сложные задачи выявления причин и последствий кризисных явлений, которые затронули экономики практически всех стран мира, включая Россию.

Для понимания всех этих процессов необходим ясный экономический инструментарий, который позволил бы не только проанализировать складывающиеся тенденции, но и предсказать долгосрочные тренды экономической динамики отдельных стран, регионов и всей мировой экономической системы в целом. Такой инструментарий может дать международная экономика, которую часто называют теорией международной экономики и которая является непосредственным продолжением и составной частью экономической теории.

Первая предметная область международной экономики изучает теорию международной торговли и политики, включая выгоды от торговли, условия торговли, структуру торговли в отношении отдельных товаров, на которые устанавливаются относительные цены. Очень часто этот раздел международной экономики называют *международной микроэкономикой*. Во второй части изучаются проблемы, связанные с определением обменного курса валют и механизмов регулирования равновесия платежного баланса, что представляет собой макроэкономическую политику в открытой экономике. Часто этот раздел международной экономики называют «макроэкономика открытой экономики» или «международные финансы».

Данная глава посвящена анализу классических моделей международной торговли. Эти теории принято выделять в отдельную группу, потому что их авторами являлись виднейшие представители классической школы экономической мысли: Смит, Рикардо, Милль и другие. В центре внимания классической школы находились такие проблемы, как экономический рост и развитие национальной экономики, источники и природа богатства наций, особенности распределения национального продукта между собственниками факторов производства. Классическая школа рассматривала деятельность экономических агентов в условиях рынка совершенной конкуренции. Упор делался на изучение накопления капитала и разделения труда, основным источником создания стоимости полагался труд, что вполне соответствовало реалиям эпохи первоначального накопления капитала и становления промышленности. Несмотря на то что вопросы международной торговли не были в сфере приоритетных научных интересов классической школы, в этой области ей удалось достичь исключительно важных результатов, которые в XVIII — начале XIX вв. заложили прочный фундамент теории международной экономики на многие десятилетия вперед. Произошло это потому, что важнейшие концептуальные положения классической школы, относящиеся к национальной экономике, были очень органично распространены на сферу действия внешнего рынка. Так, источники богатства нации не своди-

лись лишь к внутренним составляющим — экономисты классической школы полагали, что взаимовыгодная внешняя торговля также может увеличивать национальное благосостояние. Идея свободного предпринимательства дополнялась идеей свободной, ничем не ограниченной внешней торговли, которая создавала благоприятные возможности для разделения труда и получения выгод. В рамках классической школы был поставлен вопрос и о ценах мирового рынка, при которых страны могли бы взаимовыгодно торговать, эффективно используя имеющиеся в наличии факторы производства. Это был поиск, как бы мы сказали сейчас, равновесных условий международной торговли.

Важнейшими достижениями классической школы в области международной экономики стали: идея А. Смита о разделении труда и выгодах от свободной торговли для государства и его граждан; сформулированный Д. Рикардо принцип сравнительного преимущества в торговле, остающийся и сейчас (правда, в несколько иной форме — понятия альтернативной стоимости) ключевым и общепризнанным в экономической теории, теория международной стоимости Милля, созданная в рамках анализа взаимного спроса и предложения, т.е. «равновесная» теория торговли, теория Юма о регулировании платежного баланса посредством потоков золота и различные мысли на эту же тему Рикардо, Торнтона и Милля. Глава начинается с анализа меркантилизма, и это не случайно, поскольку классические теории международной торговли были своеобразным ответом на представления меркантилистов о том, как должна строиться экономическая система страны, какую роль здесь должно играть государство, и что является основным показателем богатства и благосостояния нации. Затем мы подробно рассмотрим возможности получения выгод от торговли между странами в рамках концепций абсолютного и сравнительного преимущества. Заключительные разделы главы посвящены анализу модификаций теории сравнительного преимущества, которые принадлежат таким ученым, как Г. Хаберлер и Дж.С. Милль. Завершается глава рассмотрением результатов эмпирических проверок рикардианской модели.

1.2. МЕРКАНТИЛИЗМ

Меркантилизм представляет собой более или менее стройную систему взглядов на экономическое устройство национального государства, которые были очень распространены в Европе на протяжении практически трех столетий — с конца XV до конца XVIII вв. Меркан-

тилисты, однако, никогда не представляли собой однородную группу ученых — это были представители разных слоев населения: купцы, банкиры, государственные служащие и даже философы. Ими был написан целый ряд сочинений, эссе, памфлетов по национальной экономике и внешней торговле, в которых пропагандировались экономические идеи, впоследствии охарактеризованные как меркантилизм. Этот термин был впервые введен в научный оборот в 1763 г. французским экономистом В. Мирабо, который применил его для описания определенной системы взглядов на экономику национального государства. Несмотря на то что основными представителями меркантилизма стали англичане, в первую очередь Т. Ман, меркантилизм не был специфически английским явлением: идеи меркантилизма весьма успешно развивали итальянцы, французы и др. Отметим сразу, что положения меркантилизма очень широко использовались на практике; более того, очень часто они и разрабатывались для обоснования мощной государственной поддержки национальной экономики. Политика накопления денег в стране, протекционизма в сфере внешней торговли и государственной регламентации хозяйства проводилась в XV—XVIII вв. во всей Европе — от Португалии до Московии. Большое развитие политика меркантилизма получила во Франции во второй половине XVII в. при всемогущем министре Кольбере. В Германии меркантилизм в форме так называемой камералистики был официальной экономической доктриной вплоть до начала XIX в.

1.2.1. Система взглядов меркантилистов

Рассмотрим основные положения теории и практики меркантилизма, которые в совокупности составляли систему взглядов на приоритетные направления развития национального государства в XVI—XVIII вв.

Благосостояние нации — в золоте. Меркантилисты полагали, что основное богатство нации составляют драгоценные металлы, которыми она владеет. Имея большое количество золота, правители могли содержать более сильную и многочисленную армию, консолидировать свою власть внутри страны, а также завоевывать колонии. Кроме того, накопление золота увеличивало число золотых монет в обращении, что стимулировало деловую активность. Это сегодня мы измеряем богатство и благосостояние нации накопленным человеческим капиталом, технологиями, финансовыми и природными ресурсами, необходимыми для производства товаров и услуг. Меркантилисты же полностью отождествляли богатство нации с количеством золота,

которым она обладает. Такое отождествление естественным образом приводило меркантилистов к мысли о том, что необходимо прилагать всевозможные усилия для стимулирования притока денег в страну и противодействия их оттоку. А это было по силам только государственной власти.

Роль государства в экономической системе. Итак, по мнению меркантилистов, накопление денежного богатства возможно лишь при сильной государственной власти. Кстати, оборотной стороной такого взгляда является мнение, что любая неконтролируемая индивидуальная деятельность (сегодня мы бы сказали: частная инициатива или предприимчивость) является нежелательной, поскольку она может идти в разрез с приоритетной целью национального государства — накоплением богатства. Меркантилистские идеи о способах накопления богатства в стране сводились к ряду рекомендаций, которые фактически воплощались в государственной политике. Прежде всего необходимо было контролировать использование и обмен ценных металлов. Такая политика получила название «буллионизм» (от слова *bullion* — слиток). Страны пытались запрещать экспорт золота, серебра и других ценных металлов частными лицами. Разрешение давалось только в случае крайней необходимости, а виновные в контрабандной торговле золотом и серебром подвергались жестоким наказаниям вплоть до смертной казни.

Доктрина «активного торгового баланса». Сердцевиной меркантилистской философии и государственной политики, безусловно, является доктрина «активного торгового баланса» как неперемennого условия национального благосостояния. Меркантилисты считали, что нация будет богатеть, если ее экспорт будет превышать импорт, поскольку это ведет к притоку в страну золота и других ценных металлов. Меркантилисты писали о различных способах достижения активного торгового баланса. Правительство должно всеми силами поощрять промышленный экспорт и ограничивать импорт, в первую очередь предметов роскоши и потребительских товаров, которые могут быть произведены внутри страны. Ограничение импорта достигалось установлением высоких тарифных барьеров (протекционистская политика), а также стимулированием производства этих товаров внутри страны (политика импортозамещения), что, в свою очередь, обеспечивалось импортом дешевого сырья, по преимуществу из колоний. Такая политика часто отождествляется с автаркией или политикой самообеспечения, которая пользовалась популярностью не только во времена меркантилистов. Так, в 1980-е гг. многие из развивающихся стран, пытаясь преодолеть экономические трудности, проводили политику

самообеспечения (self-sufficiency policy) и опоры на собственные силы (self-reliance policy), что, по сути, во многом соответствовало меркантилистской доктрине «активного торгового баланса».

Решающую роль политика «активного торгового баланса» отводила купцам, поскольку именно они, а не реальные производители товаров, занимались экспортными операциями. Кстати, именно от слова «купец» или «торговец» (итал. *mercante*, англ. *merchant*) произошел термин «меркантилизм». Наряду с купцами внешней торговли занимались крупные торговые монополии, например знаменитая Ост-Индская компания, одним из руководителей которой был уже упоминавшийся Ман. С политикой активного торгового баланса была тесно связана и политика судоходства (navigation policy), проводимая правительствами. Например, британские навигационные акты запрещали иностранным кораблям участвовать в прибрежной английской торговле, а также перевозить товары из Англии в ее заморские колонии. Интересно, что отголоски такой политики сохраняются вплоть до настоящего времени. Так, по закону неамериканским кораблям запрещено перевозить товары между американскими портами.

1.2.2. Значение меркантилизма

Идеи меркантилизма относительно активного торгового баланса, несмотря на их чрезвычайную популярность вплоть до наших дней, обладают внутренней противоречивостью. Противоречие заключается в том, что такая политика осуществима только в отдельно взятой стране, поскольку избыток экспорта у одной страны одновременно означает дефицит импорта у другой. В конечном итоге такая политика приводит к конфликтам между странами. Поскольку количество золота и серебра в обращении ограничено на каждый определенный период времени, нация может получать выгоды от торговли только за счет другой нации. Это положение получило название «торговля как игра с нулевой суммой» (trade as a zero-sum game). Несмотря на некоторый «примитивизм» взглядов меркантилистов, их идеи отражали специфику времени и ситуации, в которых они жили и писали. Взгляд на торговлю как на игру с нулевой суммой характеризует период роста и становления национальных государств в Европе, их соперничества в условиях ограниченности ресурсов, как природных, так и денежных, а также территориальных (колониальных) владений, низкой эффективности производства, зачаточной стадии международного разделения труда, когда экономической продвижение одной страны обеспечивалось в основном за счет других стран.

Несмотря на заблуждения меркантилистов о не взаимовыгодном характере внешней торговли, их подходы исключительно важны с двух точек зрения. Во-первых, идеи Смита, Рикардо и других экономистов классической школы могут быть лучше поняты, если их рассматривать как реакцию на взгляды меркантилистов на торговлю и роль государства в экономике. Во-вторых, многие из идей меркантилистов до сих пор живы и успешно используются в экономической политике многих государств. С начала 1970-х гг. в мировой торговле развиваются тенденции так называемого неопroteкционизма, когда многие страны пытаются бороться с высоким уровнем безработицы при помощи ограничения импорта для стимулирования внутреннего производства. Для современной России, как и для ряда других стран, не потеряло своей актуальности положение о желательности активного торгового баланса, проведения политики замещения импорта. А фундаментальная идея меркантилистов о необходимости государственного стимулирования экспорта как была, так и остается одной из важнейших составляющих внешнеторговой политики любой страны — индустриально развитой, развивающейся или с переходной экономикой. Мы еще вернемся к этой теме в главе 5, где будут рассматриваться вопросы современной торговой политики.

1.3. ТЕОРИЯ АБСОЛЮТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА АДАМА СМИТА

Итак, меркантилисты полагали, что торговля не может быть одновременно выгодной для обеих участвующих в ней стран: одна обязательно будет проигрывать, а другая выигрывать. Однако практика международной торговли не подтверждает этого факта: если бы какая-то страна постоянно проигрывала и терпела ущерб от внешней торговли, она вообще перестала бы торговать. Смит использовал этот простой факт в качестве отправной точки для разработки теории абсолютного преимущества в торговле.

1.3.1. Абсолютное преимущество как базис для взаимовыгодной торговли

В своей знаменитой книге «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) Смит показал, что базисом для взаимовыгодной торговли между странами является различие в абсолютных издержках при производстве товаров. Наличие у страны абсолютных преимуществ в определенных отраслях означает, что она имеет воз-

возможность производить соответствующие товары и услуги с меньшими удельными (т.е. рассчитанными на единицу продукции) издержками, чем большинство других стран. Смит полагал, что если две страны торгуют между собой добровольно, то обе должны получать выгоды от торговли. По мнению Смита, выигрывать торгующие страны могут только в том случае, если будут специализироваться на производстве того товара, в котором они обладают абсолютным преимуществом, обменивая часть его на товар, дающий такое преимущество другим странам. В результате ресурсы будут использоваться наиболее эффективно и производство обоих товаров будет расти. Этот рост позволяет получить выгоды от специализации на производстве того или иного товара, которые и могут быть распределены между странами в результате торговли.

Но чтобы возможность взаимовыгодной торговли стала реальностью, необходимы некоторые условия, в первую очередь отсутствие протекционистских барьеров, которые сдерживают торговые потоки, препятствуют специализации стран и в конечном итоге уменьшают выгоды от торговли и общее благосостояние торгующих наций. Именно поэтому Смит столь категорично выступал в защиту свободной торговли, ратовал за политику *laissez-faire*, которая означала минимальное государственное вмешательство в экономику, и резко критиковал взгляды меркантилистов, которые, как мы помним, полагали, что именно активное государственное регулирование экономики будет способствовать росту благосостояния национального государства.

1.3.2. Допущения в модели Смита

Прежде чем рассмотреть числовой пример, который наглядно иллюстрирует возможность получения выгод от торговли, если страны специализируются на производстве и экспорте товара, в котором они обладают абсолютным преимуществом, обратим внимание на допущения, которые лежат в основе модели Смита.

1. В модели участвуют только две страны и два товара.
2. Принимается во внимание только один фактор производства — труд, причем он является гомогенным (т.е. только одного типа или качества), а также абсолютно мобильным внутри страны и абсолютно немобильным между странами.
3. Затраты на производство товара определяются необходимым для этого рабочим временем (Смит придерживался трудовой теории стоимости, в соответствии с которой цена товара пропорциональна количеству воплощенного в товаре труда).

4. Страны производят в условиях полной занятости трудовых ресурсов, что означает их полное использование в производстве двух товаров.

5. Страны производят в условиях постоянной отдачи (постоянного эффекта масштаба), т.е. увеличение использования ресурсов, предположим, в два раза, приводит к удвоению выпуска готового товара.

6. При производстве товаров страны используют одинаковые технологии, которые не меняются.

7. Транспортные расходы на перевозку товара из одной страны в другую игнорируются.

8. Внешняя торговля ведется в условиях отсутствия протекционистских барьеров, т.е. рассматривается ситуация свободной торговли.

Как видим, многие из этих допущений весьма далеки от реальности, однако они позволяют построить модель, которая объясняет, каким образом наличие абсолютного преимущества может привести к увеличению благосостояния стран. По мере изучения истории развития и модификации теорий международной торговли мы еще не раз будем сталкиваться с различными допущениями, на которых строится та или иная модель, и увидим, как эти допущения будут постепенно трансформироваться в более или менее реально отражающие ситуацию в сфере международной торговли.

1.3.3. Иллюстрация использования абсолютного преимущества в торговле двух стран

Страна имеет абсолютное преимущество в производстве товара по сравнению с другой страной, если она может производить этот товар с меньшими издержками или с большей производительностью. В формализованном виде абсолютное преимущество страны может быть записано следующим образом:

$$a_{LX} < b_{LX} \text{ или } 1 / a_{LX} > 1 / b_{LX}, \quad (1.1)$$

где a_{LX} — количество единиц труда, необходимое для производства одной единицы товара X в стране A ;
 b_{LX} — количество единиц труда, необходимое для производства одной единицы товара X в стране B .

Первое выражение означает, что страна A использует меньшее количество труда (например, часов работы) для производства одной единицы товара X по сравнению со страной B . Второе выражение означает, что производительность труда для товара X в стране A выше,

чем в стране *В*. Аналогичным образом определяется абсолютное преимущество стран в производстве товара *У*.

Абсолютное преимущество в условиях автаркии и в условиях специализации. Абсолютное преимущество можно проиллюстрировать, используя числовой пример (как можно более простой), приведенный в табл. 2.1. В этом примере две страны — страна *А* и страна *В* — производят только два товара — товар *Х* и товар *У* (обобщенно говоря, промышленные и сельскохозяйственные товары) и только один фактор производства или ресурс — труд, который равномерно распределен между двумя различными видами деятельности — производством товара *Х* и производством товара *У*. В то время как реальный мир намного более сложен, результаты, которые вытекают из этого простого примера, могут быть использованы и применительно к общим случаям, например, для множества товаров или множества стран. Поскольку в модели используется только один ресурс — труд, мы используем в качестве единицы измерения количество товара, произведенного за единицу времени (час / неделя / месяц / год и пр.). Начнем с ситуации автаркии, т.е. отсутствия торговли между странами (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Абсолютное преимущество: ситуация автаркии

	Товар <i>Х</i>	Товар <i>У</i>
Страна <i>А</i>	6	4
Страна <i>В</i>	1	5
Всего	7	9

Итак, за одну единицу времени страна *А* может произвести шесть единиц товара *Х* или четыре единицы товара *У*, а страна *В* может произвести за ту же единицу времени одну единицу товара *Х* или пять единиц товара *У*. Очевидно, что страна *А* имеет абсолютное преимущество в производстве товара *Х*, а страна *В* — в производстве товара *У*.

В условиях свободной торговли страна *А* стала бы специализироваться на производстве товара *Х*, а страна *В* — на производстве товара *У*. Поэтому страна *А* переключает все свои ресурсы на производство товара *Х*, а страна *В* — на производство товара *У* (табл. 1.2). Смит предполагал при этом, что производство товаров происходит в условиях постоянной отдачи (см. допущения модели Смита). В результате такой специализации стран на производстве одного из товаров обе страны могут производить большее количество этих товаров при тех же ресурсах: 12 единиц товара *Х* (вместо семи) и десять единиц товара *У* (вместо девяти).

Таблица 1.2

Абсолютное преимущество: производство товаров в условиях специализации

	Товар X	Товар Y
Страна A	12 (6×2)	0
Страна B	0	10 (5×2)
Всего	12 (было 7)	10 (было 9)

Относительные цены товаров: условия торговли. Однако следует ли из этого, что обе страны останутся в выигрыше? Да, но при определенных условиях торговли или, что то же самое, при определенном соотношении цен на товары X и Y на мировом рынке. Условия торговли представляют собой отношение, в соответствии с которым товар X обменивается на товар Y на мировом рынке. До начала торговли (в условиях автаркии) на внутреннем рынке страны A соотношение цен товаров было таково: $6X = 4Y$, поскольку шесть единиц товара X производятся за то же самое время, что и четыре единицы товара Y . Отсюда следует, что относительная цена товара X на внутреннем рынке страны A до начала торговли составляет $P_x^A = 4Y / 6 = 0,67Y$, а относительная цена товара $Y - P_y^A = 6X / 4 = 1,5X$. Аналогичным образом соотношение цен на внутреннем рынке страны B до начала торговли: $1X = 5Y$, из чего следует, что относительная цена товара X составляет $P_x^B = 5Y / 1 = 5Y$, а товара $Y - P_y^B = 1X / 5 = 0,2X$ (табл. 1.3).

Таблица 1.3

Абсолютное преимущество: относительные цены товаров X и Y в странах A и B

	Цена товара X	Цена товара Y
Страна A	$P_x^A = 0,67Y$	$P_y^A = 1,5X$
Страна B	$P_x^B = 5Y$	$P_y^B = 0,2X$

В результате торговли вместо различных цен товаров X и Y на внутренних рынках страны A и страны B сложатся единые мировые цены на эти товары. Ясно, что производители в каждой стране, чтобы иметь реальные выгоды от торговли, будут требовать более высокую цену за свой экспортный товар (товар абсолютного преимущества) по сравнению с той, которую бы они имели, продавая этот товар на внутреннем рынке. Следовательно, для страны A условия торговли должны быть лучше, чем $1X = 0,67Y$, чтобы производители товара X получили выгоды от торговли. Соответственно, для страны B условия торговли должны быть лучше, чем $1Y = 0,2X$ или, что то же самое, $5Y = 1X$, чтобы производители товара Y получили выгоды от торговли. Суммируя, можно сказать, что условия торговли должны лежать в вышеозначен-

ных пределах $0,67Y < 1X < 5Y$, для того чтобы обе страны могли оказаться в выигрыше.

Абсолютное преимущество и возможность получения выгод от торговли. Мы не можем точно сказать, по каким именно мировым ценам в установленных выше границах будет происходить торговля между странами *A* и *B*. Это будет зависеть от вкусов и предпочтений потребителей в каждой из стран; именно они будут формировать структуру спроса и влиять на условия торговли. Но мы вполне можем предположить, что условия торговли будут $1X = 1Y$, поскольку такое соотношение вписывается в установленные нами пределы относительных цен. Предположим также, что страна *A* решает экспортировать половину произведенного товара *X* (шесть единиц) и обменивать их на шесть единиц товара *Y*, а половину оставлять себе для потребления (также шесть единиц). Аналогичным образом страна *B* будет обменивать полученные шесть единиц товара *X* на шесть единиц товара *Y*, произведенные внутри страны, а оставшиеся четыре единицы товара *Y* потреблять внутри страны. Посмотрим теперь (табл. 1.4), как сложится ситуация после начала торговли в результате специализации.

Таблица 1.4

Абсолютное преимущество: получение выгод от торговли

	Товар <i>X</i>	Товар <i>Y</i>
Страна <i>A</i> :		
Производство	12 <i>X</i>	0
Потребление	6 <i>X</i> (было 6 <i>X</i>)	6 <i>Y</i> (было 4 <i>Y</i>)
Экспорт	6 <i>X</i> (в обмен на 6 <i>Y</i>)	0
Импорт	0	6 <i>Y</i> (в обмен на 6 <i>X</i>)
Страна <i>B</i> :		
Производство	0	10 <i>Y</i>
Потребление	6 <i>X</i> (было 1 <i>X</i>)	4 <i>Y</i> (было 5 <i>Y</i>)
Экспорт	0	6 <i>Y</i> (в обмен на 6 <i>X</i>)
Импорт	6 <i>X</i> (в обмен на 6 <i>Y</i>)	0

Из таблицы 1.4 видно, что страна *A* явно получила выгоды от специализации на производстве товара *X*: она теперь может потреблять больше товара *Y* и то же самое количество товара *X*. Страна *B* имеет намного больше товара *X*, но меньше товара *Y*, и из этого может следовать, что ее благосостояние не увеличилось. Однако поскольку пять единиц товара *X* (т.е. прирост потребления товара *X*) стоят больше, чем одна единица товара *Y* (уменьшение потребления товара *Y*), то она, безусловно, осталась в выигрыше. Таким образом, данный пример ил-

люстрирует, как специализация и торговля могут повышать благосостояние обеих стран.

1.3.4. Значение теории абсолютного преимущества

Модель Смита представляет собой гигантский шаг вперед по сравнению с меркантилистами в понимании природы и потенциальных возможностей международной торговли. Основной вклад Смита состоит в том, что он показал, что торговля может быть взаимовыгодной, она не является игрой с нулевой суммой, где одна сторона выигрывает обязательно за счет другой. Вместе с тем, в соответствии с идеей Смита, страны могут выигрывать от торговли, только если они обладают абсолютным преимуществом в производстве какого-либо товара и специализируются на производстве этого товара. А что же происходит с теми странами, у которых нет никаких абсолютных преимуществ? Могут ли они участвовать с выгодой для себя в международном обмене? Ответ на этот вопрос дала теория сравнительного преимущества.

1.4. ТЕОРИЯ СРАВНИТЕЛЬНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ДАВИДА РИКАРДО

Концепция сравнительного преимущества в торговле появилась в начале XIX в. Есть сведения о том, что впервые эта идея была предложена англичанином Р. Торренсом (Robert Torrens). Однако ее детальная разработка связана с именем еще одного блестящего представителя классической школы — Рикардо, который в своей книге «Принципы политической экономии и налогового обложения» (1817) продемонстрировал, что базисом для торговли между странами служат различия не в абсолютных, а в относительных затратах на производство товара. С этой точки зрения теорию абсолютного преимущества можно рассматривать лишь как частный случай более общей теории сравнительного преимущества.

1.4.1. Закон сравнительного преимущества

В экономической литературе теорию сравнительного преимущества часто рассматривают в качестве закона сравнительного преимущества, поскольку его действие практически универсально и, помимо сферы международной торговли, он имеет очень широкое применение в экономической теории. Из закона сравнительного преимуще-

ства следует, что основа для взаимовыгодной торговли существует даже в том случае, если одна из стран не обладает абсолютным преимуществом в производстве ни одного из двух товаров (соответственно, вторая страна имеет эти абсолютные преимущества по обоим товарам). Закон сравнительного преимущества утверждает, что стране с абсолютным преимуществом в производстве обоих товаров следует специализироваться на производстве и экспорте того товара, который дает наибольшее абсолютное преимущество. Потребность в другом товаре будет удовлетворяться за счет импорта из другой страны, которой, в свою очередь, стоит специализироваться на производстве того товара, по которому ее отставание, с точки зрения абсолютных затрат, является минимальным.

В формализованном виде принцип относительного преимущества страны может быть записан следующим образом:

$$(a_{LX}/a_{LY}) < (b_{LX}/b_{LY}), \quad (1.2)$$

где a_{LX} — количество единиц труда, необходимое для производства одной единицы товара X в стране A ,
 b_{LX} — количество единиц труда, необходимое для производства одной единицы товара X в стране B ,
 a_{LY} — количество единиц труда, необходимое для производства одной единицы товара Y в стране A ,
 b_{LY} — количество единиц труда, необходимое для производства одной единицы товара Y в стране B .

Формула (1.2) означает, что страна A имеет относительное преимущество в производстве товара X , а страна B имеет относительное преимущество в производстве товара Y .

Содержание закона сравнительного преимущества станет яснее, если мы обратимся к его цифровой и графической иллюстрации.

1.4.2. Иллюстрация использования сравнительного преимущества в торговле двух стран

Случай наличия у страны абсолютных преимуществ в производстве обоих товаров. Закон сравнительного преимущества мы можем проиллюстрировать на примере двух стран, подобно тому, как мы это делали, рассматривая действие принципа абсолютного преимущества (параграф 1.3). Сразу же отметим, что все допущения, на которых строилась модель Смита, сохраняют свое значение и для модели Рикардо. Из таблицы 1.5 видно, что ситуация в стране A осталась без изменений: она по-прежнему производит шесть единиц товара X и четыре единицы товара Y . А вот в стране B произошли изменения: теперь она производит

одну единицу товара X и только две единицы товара Y . Отсюда следует, что страна B теперь не имеет абсолютных преимуществ ни в производстве товара X , ни в производстве товара Y по сравнению со страной A . Страна же A оказалась более эффективной в производстве обоих товаров, т.е. она обладает абсолютным преимуществом и в производстве товара X , и в производстве товара Y .

Таблица 1.5

Сравнительное преимущество: производство товаров в единицу времени

	Товар X	Товар Y
Страна A	6	4
Страна B	1	2
Всего	7	6

Относительные цены товаров и специализация. Встает вопрос: на производстве какого из товаров должны специализироваться страны A и B , чтобы получать выгоды от торговли? Ответ на этот вопрос дадут нам относительные цены товаров X и Y на внутренних рынках обеих стран до начала торговли. В стране A соотношение цен осталось прежним: относительная цена товара X равняется $P_X^A = 4Y / 6 = 0,67Y$, а относительная цена товара $Y - P_Y^A = 6X / 4 = 1,5X$. А вот соотношение цен на товары в стране B изменилось: относительная цена товара X стала равна $P_X^B = 2Y / 1 = 2Y$, а товара $Y - P_Y^B = 1X / 2 = 0,5X$ (табл. 1.6).

Таблица 1.6

Сравнительное преимущество: относительные цены товаров X и Y в странах A и B

	Цена товара X	Цена товара Y
Страна A	$P_X^A = 0,67Y$	$P_Y^A = 1,5X$
Страна B	$P_X^B = 2Y$	$P_Y^B = 0,5X$

Данные табл. 1.6 наглядно демонстрируют, что относительная цена товара X ниже в стране A , она обладает сравнительным преимуществом в производстве товара X и ей следует специализироваться на производстве товара X . В свою очередь, относительная цена товара Y ниже в стране B , она обладает сравнительным преимуществом в производстве товара Y и ей следует специализироваться на товаре Y . Можно объяснить это и по-другому. Труд в стране B в два раза менее производителен в производстве товара Y и в шесть раз менее производителен в производстве товара X . Поэтому страна A имеет сравнительное преимущество в производстве товара X и ей следует специализироваться на производстве товара X . Страна B имеет сравнительное преимущество в производстве товара Y (отставание в производительности здесь

меньше по сравнению со страной *A*) и ей следует специализироваться на производстве товара *Y*. Предположим, что так и произойдет, и страны увеличат объем производства вдвое, полностью отказавшись от производства товара, по которому они не обладают сравнительным преимуществом (табл. 1.7).

Таблица 1.7

Сравнительное преимущество: производство товаров в условиях специализации

	Товар <i>X</i>	Товар <i>Y</i>
Страна <i>A</i>	12 (6×2)	0
Страна <i>B</i>	0	4 (2×2)
Всего	12 (было 7)	4 (было 6)

Сравнительное преимущество и выгоды от торговли. Теперь нам следует посмотреть, что произойдет, когда страны начнут свою производственную специализацию и вступят в торговлю. В первую очередь нас интересует вопрос о том, при каких значениях мировых цен торговля будет взаимовыгодной. Как и в случае абсолютного преимущества, определим интервал для благоприятных условий торговли. Для страны *A* условия торговли должны быть лучше, чем $1X = 0,67Y$, чтобы производители товара *X* получили выгоды от торговли. Для страны *B* условия торговли должны быть лучше, чем $1Y = 0,5X$ или, что то же самое, $2Y = 1X$, чтобы производители товара *Y* получили выгоды от торговли. Таким образом, для получения обоюдных выгод условия торговли или мировые цены должны лежать в пределах $0,67Y < 1X < 2Y$.

Так же как и при рассмотрении случая абсолютного преимущества, мы не можем точно определить, какими именно будут в итоге мировые цены. Предположим, что условия торговли будут $1X = 0,7Y$, что вписывается в вышеуказанный диапазон. Предположим также, что страна *B* решает экспортировать половину произведенного товара *Y* (две единицы) и обменивать их на 2,86 единицы товара *X*, а половину оставлять себе (также две единицы). Страна *A* будет обменивать полученные две единицы товара *Y* на 2,86 единицы товара *X*, произведенные внутри страны, а оставшиеся 9,14 единицы товара *X* потреблять внутри страны. Посмотрим (табл. 1.8), как сложится ситуация после начала торговли в результате специализации.

Таблица 1.8

Сравнительное преимущество: возможность получения выгод от торговли

	Товар <i>X</i>	Товар <i>Y</i>
Страна <i>A</i> :		
Производство	12 <i>X</i>	0

	Товар X	Товар Y
Потребление	9,14 X (было 6 X)	2 Y (было 4 Y)
Экспорт	2,86 X (в обмен на 2 Y)	0
Импорт	0	2 Y (в обмен на 2,86 X)
Страна B :		
Производство	0	4 Y
Потребление	2,86 X (было 1 X)	2 Y (было 2 Y)
Экспорт	0	2 Y (в обмен на 2,86 X)
Импорт	2,86 X (в обмен на 2 Y)	0

Из таблицы 1.8 следует, что страна B получила выгоды от специализации на производстве товара Y : она теперь может потреблять больше товара X и то же самое количество товара Y . Страна A имеет намного больше товара X , но меньше товара Y , и из этого может следовать, что ее благосостояние не увеличилось. Однако поскольку 3,14 единиц товара X (т.е. прирост потребления товара X) стоят больше, чем две единицы товара Y (уменьшение потребления товара Y), то она, безусловно, осталась в выигрыше, хотя и очень незначительном.

1.4.3. Значение теории сравнительного преимущества и ее дальнейшая модификация

Подводя итог, отметим, что рикардианская модель исключительно важна с точки зрения демонстрации возможности выигрыша для двух стран, вовлеченных в торговлю. Модель показывает, что базисом для торговли между двумя странами являются различия в сравнительных издержках. Это означает, что торговля является взаимовыгодной даже в том случае, если одна из стран обладает абсолютными преимуществами в производстве всех товаров, а другая страна, «отстающая» с точки зрения производительности, поставляет на рынок тот товар, где ее отставание меньше. Рикардо подтвердил тезис Смита о том, что торговля не есть «игра с нулевой суммой», где одна страна выигрывает только за счет другой, как считали меркантилисты. Торговля, безусловно, повышает эффективность производства и содействует росту благосостояния в торгующих странах по сравнению с ситуацией до начала торговли.

Несмотря на очевидную прогрессивность подхода к анализу международной торговли с точки зрения сравнительного преимущества, теория Рикардо, как и любая теория, отражающая реалии своего времени, обладала объективной ограниченностью. Так, с позиций Рикардо невозможно объяснить причины формирования, развития и изменения современной товарной структуры международной торговли.

Преодоление этой ограниченности стимулировало дальнейшее развитие теорий международной торговли. Интересно будет проследить, каким образом модифицировалась теория сравнительного преимущества в рамках классического и неоклассического подходов.

Во-первых, модель Рикардо базировалась на трудовой теории стоимости, которая исходила из того, что цена товара зависит от количества труда, затраченного на его производство, а следовательно, труд (причем гомогенный труд) является единственным и важнейшим фактором производства. К концу XIX в. такое допущение вступило в явное противоречие с действительностью. Необходимо было включать в анализ и другие факторы производства. Американский экономист Г. Хаберлер попытался объяснить закон сравнительного преимущества, основываясь не на трудовой теории стоимости, а на понятии альтернативной стоимости или альтернативных издержек. Более подробно мы рассмотрим этот вопрос в параграфе 1.5.

Во-вторых, хотя Рикардо продемонстрировал, что при определенных условиях торговля между двумя странами может быть взаимовыгодной, однако он не указал, при каких именно условиях торговли это происходит и что определяет эти условия. Такая задача была успешно решена английским экономистом Миллем, который выдвинул понятие интернациональной цены в рамках концепции совокупного спроса. Этот вопрос будет рассмотрен в параграфе 1.6.

В-третьих, концепция Рикардо анализировала международную торговлю в условиях постоянства издержек и полной специализации страны на товаре своего сравнительного преимущества, тогда как на практике мы чаще сталкиваемся с ситуацией возрастающих издержек и неполной специализации. Модель международной торговли, учитывающая эти сдвиги, будет представлена в главе 2.

В-четвертых, модель Рикардо показывает, что базисом международного обмена является различие сравнительных издержек, но ничего не говорит об источниках этих различий, о том, почему та или иная страна имеет сравнительное преимущество именно в этом товаре, а не каком-либо другом. Первую попытку разобраться в этой проблеме предприняли независимо друг от друга два шведских ученых — Э. Хекшер и Б. Олин; их теория получила название теории соотношения факторов производства. Мы будем рассматривать ее в главе 2.

1.5. Г. ХАБЕРЛЕР: СРАВНИТЕЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО И АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИЗДЕРЖКИ

Как уже отмечалось, при выведении принципа сравнительного преимущества Рикардо опирался на трудовую теорию стоимости, что

для его времени было вполне логично. Однако впоследствии изменившиеся экономические реалии потребовали пересмотра этого допущения.

1.5.1. Закон сравнительного преимущества и трудовая теория стоимости

В соответствии с трудовой теорией стоимости цена товара определяется исключительно временем, затраченным на его производство. Это предполагает, что, во-первых, труд является либо единственным фактором производства, либо используется в одной и той же фиксированной пропорции в производстве всех товаров и, во-вторых, труд является гомогенным. Однако на практике труд, безусловно, не является единственным фактором производства и не используется в одной и той же пропорции при производстве всех товаров. Например, намного больше капитального оборудования в расчете на одного рабочего требуется для производства одних товаров (таких как сталь), чем для производства других (таких как текстиль). Кроме того, обычно существует возможность замены между трудом, капиталом и другими факторами в производстве большинства товаров. Более того, труд явно не является гомогенным, и качество его очень сильно различается с точки зрения обучения, производительности и заработной платы.

Исходя из этого, возникла необходимость ослабить некоторые из допущений, на которых строилась модель Рикардо, и представить закон сравнительного преимущества в обновленном виде. В 1936 году американский экономист австрийского происхождения Хаберлер в своей книге «Теория международной торговли» показал, что теория сравнительного преимущества не обязательно должна базироваться на трудовой теории стоимости. Он предпринял успешную попытку объяснить закон сравнительного преимущества, основываясь на понятии альтернативной стоимости или альтернативных издержек. В такой формулировке закон сравнительного преимущества иногда называют законом сравнительных издержек.

1.5.2. Понятие альтернативных издержек

Сначала вспомним, что в экономической теории принято понимать под альтернативными издержками (или альтернативной стоимостью). **Альтернативные издержки** — это стоимость одного товара, выраженная в стоимости второго товара, от производства которого надо отказаться, чтобы высвободить достаточное количество ресурсов, не-

обходимое для производства еще одной единицы первого товара. Альтернативные издержки представляют собой одно из фундаментальных понятий экономической теории, которое очень широко используется для экономического анализа далеко за пределами теории международной торговли. Альтернативные издержки возникают в мире, где ресурсы ограничены, и для удовлетворения возрастающих потребностей в одном товаре необходимо отказаться от потребления определенного количества другого товара. Концепция альтернативных издержек выражает фундаментальную связь между редкостью и выбором. Если бы ресурсы были безграничны, то ни одно действие не осуществлялось бы за счет другого, т.е. альтернативные издержки были бы равны нулю. Очевидно, что в реальном мире ограниченных ресурсов альтернативные издержки положительны. При таком подходе к издержкам не делается никаких допущений о том, что труд является единственным фактором производства или что он является гомогенным.

1.5.3. Сравнительное преимущество в свете альтернативных издержек

Используя понятие альтернативных издержек, сформулируем теперь закон сравнительного преимущества: страна имеет сравнительное преимущество в производстве данного товара по сравнению с другой страной, если ее альтернативные издержки на производство этого товара меньше, чем у другой страны. Или: страна с более низкими альтернативными издержками в производстве товара имеет сравнительное преимущество в производстве этого товара. В формализованном виде альтернативная стоимость товара X в стране A может быть представлена как a_{LX} / a_{LY} , а в стране B — b_{LX} / b_{LY} . Аналогично можно сформулировать и альтернативную стоимость товара Y в странах A и B . Теперь вернемся к нашему примеру, иллюстрирующему принцип сравнительного преимущества по Рикардо (см. табл. 1.5), и попробуем рассмотреть, каким образом сравнительное преимущество стран в производстве товаров, определенное с позиций альтернативных издержек, приводит к специализации стран и получению выгод от торговли.

Альтернативные стоимости производства товаров X и Y в странах A и B . Ситуация с товаром X . В отсутствие торговли страна A должна отказаться от производства $2/3$ единиц товара Y , чтобы освободить необходимое количество ресурсов для производства одной дополнительной единицы товара X внутри страны. Отсюда альтернативная стоимость товара X будет такова: $1X = 2/3Y$. Аналогичным образом, альтернативная стоимость товара X в стране B : $1X = 2Y$. Очевидно, что

альтернативная стоимость товара X ниже в стране A по сравнению со страной B ($2Y > \frac{2}{3}Y$). Отсюда следует, что страна A имеет сравнительное преимущество в производстве товара X .

Ситуация с товаром Y . Альтернативная стоимость товара Y в стране A : $1Y = 1,5X$, а в стране B : $1Y = 0,5X$. Отсюда следует, что страна B имеет сравнительное преимущество в производстве товара Y ($1,5X > 0,5X$). Именно к такому выводу мы уже пришли ранее (подпараграф 1.4.2), рассматривая закон сравнительного преимущества в рамках трудовой теории стоимости. В соответствии с законом сравнительного преимущества страна A должна специализироваться на производстве товара X и часть его экспортировать в страну B в обмен на товар Y , на котором будет специализироваться страна B . Теперь мы должны рассмотреть, каким образом специализация стран на товаре своего сравнительного преимущества приводит к возможности получения выгод от торговли. Для этого сначала необходимо вспомнить понятие границы производственных возможностей, хорошо известное нам из курса экономической теории.

Граница производственных возможностей и альтернативная стоимость товара. Граница производственных возможностей — это кривая¹, показывающая, какое максимальное количество товаров или услуг (как правило, берется случай двух товаров или услуг) может быть произведено национальной экономикой при имеющемся (ограниченном) количестве ресурсов. Эта кривая показывает альтернативные комбинации двух товаров, которые страна может производить, полностью используя все имеющиеся ресурсы и самые передовые технологии. Представим в виде таблицы произвольные данные о производственных возможностях стран A и B для товаров X и Y (табл. 1.9).

Таблица 1.9

Производственные возможности для товаров X и Y в странах A и B
(единиц товара в год)

Страна A		Страна B	
товар X	товар Y	товар X	товар Y
180	0	60	0
150	20	50	20
120	40	40	40
90	60	30	60
60	80	20	80
30	100	10	100
0	120	0	120

¹ Здесь и далее мы будем называть кривыми как собственно кривые, так и прямые, исходя из того, что прямая — это частный случай кривой.

На основе данных табл. 1.9 построим графики границ производственных возможностей для стран *A* и *B* (рис. 1.1).

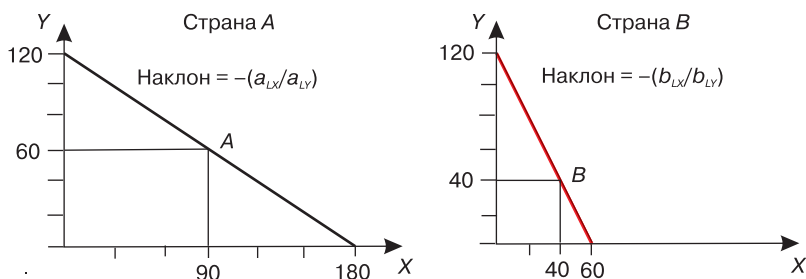


Рис. 1.1. Границы производственных возможностей для стран *A* и *B* при постоянных альтернативных издержках

Тот факт, что границы производственных возможностей представлены в виде прямых линий, отражает ситуацию постоянных альтернативных издержек, т.е. необходимо отказываться от производства одного и того же количества одного товара, чтобы произвести одну дополнительную единицу второго товара. (Позднее мы рассмотрим, что произойдет, когда затраты будут возрастать или уменьшаться при изменении объема производства.) Характерным является то, что в ситуации отсутствия торговли ни одна из стран не может выйти за указанные границы, т.е. ее производственные показатели не могут превысить соответствующую линию. Но, безусловно, в долгосрочной перспективе увеличение ресурсов и рост производительности труда сдвинет эту линию вверх и вправо.

Отметим, что постоянные альтернативные издержки показывают степень наклона границы производственных возможностей, иными словами, предельную норму трансформации, поскольку границу производственных возможностей часто называют также *кривой трансформации*. На рисунке 1.1 показано, что (абсолютный) наклон кривой трансформации страны *A* равен $120 / 180 = 2/3$, т.е. это альтернативная стоимость товара *X* в стране *A*, которая остается постоянной. Наклон кривой трансформации для страны *B* равен $120 / 60 = 2$, т.е. альтернативной стоимости товара *X* в стране *B*, которая также остается постоянной.

Альтернативная стоимость и относительные цены товаров. Наклон границы производственных возможностей показывает затраты на производство товара *Y* в единицах товара *X* (или товара *X* в единицах товара *Y*) и, следовательно, относительное соотношение цен каждого

товара в обеих странах. При допущении, что цены равняются издержкам производства, мы получаем, что альтернативные издержки товара X равняются цене товара X по отношению к цене товара Y , и наоборот. Таким образом, для страны A альтернативные издержки товаров X и Y будут составлять: $P_X/P_Y = 2/3$ и $P_Y/P_X = 3/2 = 1,5$; для страны B : $P_X/P_Y = 2$ и $P_Y/P_X = 1/2 = 0,5$. Более низкие альтернативные издержки и, соответственно, более низкая относительная цена товара X в стране A означает, что страна A имеет сравнительное преимущество в производстве товара X . Аналогичным образом более низкие альтернативные издержки и более низкая относительная цена товара Y в стране B означает, что страна B имеет сравнительное преимущество в производстве товара Y . Отметим, что при постоянных издержках относительные цены товаров определяются исключительно через производство (или предложение) каждой страны. Влияние спроса не включается в определение относительной цены товара.

Суммируем полученные выводы: различие относительных цен товаров между странами или степени наклона их кривых трансформации, или альтернативных стоимостей товаров является отражением сравнительных преимуществ этих стран и создает базис для их специализации и взаимовыгодной торговли.

1.5.4. Полная специализация и выгоды от торговли при постоянных альтернативных издержках

В отсутствие торговли страна может потреблять только те товары, которые она самостоятельно производит. В результате граница производственных возможностей страны является и границей потребления. Какую комбинацию товаров страна действительно выберет для производства и потребления, зависит от вкусов и предпочтений потребителей, т.е. от спроса. Рассмотрим теперь, каким образом страна может получать выгоды от торговли, если она будет полностью специализироваться на товаре своего сравнительного преимущества. На рисунке 1.2 представлена графическая иллюстрация выгод от торговли для стран A и B .

В отсутствие торговли страна может выбрать для производства любую точку на своей границе производственных возможностей, например страна A — точку A ($90X$, $60Y$), а страна B — точку B ($40X$, $40Y$). В условиях торговли страна A будет полностью специализироваться на производстве товара X (товара своего сравнительного преимущества) и производить в точке A' ($180X$, $0Y$) на своей границе производственных возможностей. Подобным же образом страна B будет пол-

ностью специализироваться на производстве товара Y и производить в точке $B'(0X, 120Y)$.

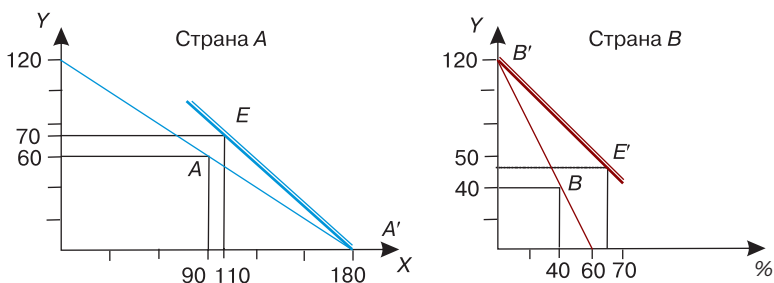


Рис. 1.2. Выгоды от торговли для стран А и В при постоянных альтернативных издержках

Предположим, что условия торговли двух стран установятся на уровне $1X = 1Y$, т.е. на международном рынке товары будут обмениваться именно в такой пропорции. Если затем страна A обменяет свои $70X$ на $70Y$, произведенные в стране B , то сможет достичь точки потребления E ($110X, 70Y$), а страна B при этом — точки потребления E' ($70X, 50Y$). Таким образом, страна A выигрывает $20X$ и $10Y$ от продажи на мировом рынке товара своего сравнительного преимущества (по сравнению с потреблением в точке A до начала торговли), а страна B выигрывает $30X$ и $10Y$ (по сравнению с потреблением в точке B до начала торговли).

Итак, возросшее потребление обоих товаров в странах A и B стало результатом их полной специализации на товарах сравнительного преимущества. Рост потребления в то же время отражает увеличение совокупного производства обоих товаров после начала торговли по сравнению с ситуацией автаркии. В отсутствие торговли страна A производила $90X$, а страна B — $40X$, т.е. всего $130X$. После специализации и начала торговли общее производство выросло до $180X$ (все производство сосредоточилось в стране A , т.е. произошла полная специализация). Аналогичным образом, в отсутствие торговли страна A производила $60Y$, а страна B — $40Y$, т.е. всего $100Y$, затем общее производство выросло до $120Y$ (все в стране B).

Этот рост производства на $50X$ и $20Y$, в результате специализации и начала торговли, был разделен между страной A и страной B , что и составило выгоды от торговли для каждой из них. Вспомним, что в отсутствие торговли страна A не стала бы полностью специализироваться на производстве товара X , поскольку ей необходимо было бы

производить какое-то количество товара Y для внутреннего потребления. И страна B не стала бы полностью специализироваться на производстве товара Y по той же причине.

Итак, мы показали, что закон сравнительного преимущества можно вывести исходя не только из трудовой теории стоимости, но и опираясь на понятие альтернативных издержек. В нашем примере мы полагали, что условия торговли равны какой-то определенной пропорции, например, $1X = 1Y$, и не задавались вопросом, какие же факторы влияют на условия торговли между странами. Теперь попробуем несколько расширить границы нашего анализа и дать ответ и на этот вопрос.

1.6. КОНЦЕПЦИЯ ВЗАИМНОГО СПРОСА ДЖ.С. МИЛЛЯ

Из теории Рикардо мы знаем, что существуют такие условия торговли, при которых обе страны могут получать выгоды от торговли. При этом очевидно, что чем ближе условия торговли к доторговым ценам в стране, тем меньше будут выгоды от торговли для этой страны и больше для другой страны. Поэтому очень важен вопрос: что определяет условия торговли, по каким ценам обмениваются товары на мировом рынке? Один из возможных ответов на этот вопрос дал английский экономист классической школы Милль в своей работе «Принципы политической экономии» (1848), один из разделов которой посвящен проблеме интернациональной стоимости.

1.6.1. Формулировка закона взаимного спроса

Для того чтобы определить соотношение цен на мировом рынке, Милль вывел закон взаимного спроса, в соответствии с которым условия торговли будут зависеть от относительной силы взаимного спроса каждой страны на продукт, который поставяет другая страна. В соответствии с этим цена импортного товара определяется через цену товара, который нужно экспортировать, чтобы оплатить импорт. **Взаимный спрос** — это спрос страны на товар, в котором другая страна обладает сравнительным преимуществом, в обмен на товар, в котором первая страна обладает сравнительным преимуществом (т.е. происходит обмен товарами сравнительных преимуществ между странами).

Используя обозначения, принятые нами при рассмотрении теории сравнительного преимущества, можно перефразировать закон взаимного спроса так: страна A , которая обладает сравнительным преиму-

ществом в производстве товара X , проявляет взаимный спрос на товар Y , когда она предлагает X в обмен на Y . Подобным же образом страна B проявляет взаимный спрос на товар X , когда она предлагает товар Y в обмен на него. При этом уровень мировой цены товара X должен быть достаточен, чтобы доход от совокупного экспорта товара X позволил стране A оплатить весь импорт товара Y .

Если обе страны примерно одинакового размера, то, скорее всего, их взаимный спрос будет более или менее сбалансирован. В этом случае условия торговли будут находиться примерно в середине доторгового диапазона цен двух стран.

1.6.2. Графическая интерпретация закона взаимного спроса

Нам предстоит рассмотреть здесь взаимосвязь рынков двух товаров, производимых одновременно в двух странах, поэтому мы будем использовать не физические, а относительные объемы спроса и предложения этих товаров. Для построения графиков относительного спроса и относительного предложения необходимо установить зависимость между относительным количеством товара X и товара Y , производимых в совокупности страной A и страной B , и их относительными ценами (рис. 1.3).

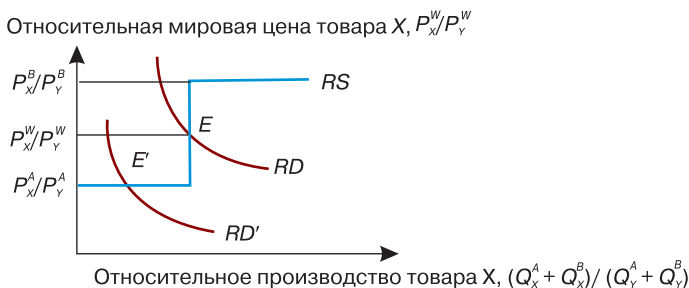


Рис. 1.3. Образование мировой относительной цены с учетом спроса и предложения

Относительный совокупный спрос и относительное совокупное предложение: условные обозначения. Для графической интерпретации теории взаимного спроса, которая представлена на рис. 1.3, вводятся следующие обозначения:

- страна A имеет относительное преимущество в производстве товара X ;
- страна B имеет относительное преимущество в производстве товара Y ;

- P_X^A — цена товара X в стране A ;
- P_X^B — цена товара X в стране B ;
- P_Y^A — цена товара Y в стране A ;
- P_Y^B — цена товара Y в стране B ;
- P_X^A / P_Y^A — относительная цена товара X в стране A ;
- P_X^B / P_Y^B — относительная цена товара X в стране B ;
- Q_X^A — производство товара X в стране A ;
- Q_Y^A — производство товара Y в стране A ;
- Q_X^B — производство товара X в стране B ;
- Q_Y^B — производство товара Y в стране B ;
- $Q_X^A + Q_X^B$ — совокупное производство товара X в странах A и B ;
- $Q_Y^A + Q_Y^B$ — совокупное производство товара Y в странах A и B ;
- $(Q_X^A + Q_X^B) / (Q_Y^A + Q_Y^B)$ — относительное производство товара X странами A и B ;
- RD — относительный совокупный спрос на товар X ;
- RS — относительное совокупное предложение товара X ;
- P_X^W / P_Y^W — относительная мировая цена товара X .

Мы будем рассматривать случай установления мировой относительной цены на товар X , однако, применяя тот же самый алгоритм, можно легко построить кривые совокупного спроса и предложения для товара Y .

Кривые относительного совокупного спроса и относительного совокупного предложения. Отметим еще раз, что поскольку страна A имеет сравнительное преимущество в производстве товара X , то относительная цена товара X в стране A будет ниже, чем в стране B . Поэтому на рис. 1.3 она находится ниже относительной цены товара X в стране B .

Относительное предложение товара X зависит от того, каково соотношение внутренних относительных цен на него в странах A и B и его относительной цены на мировом рынке. Здесь возможны несколько вариантов.

1. Относительная мировая цена товара X меньше его относительной цены в стране A и, соответственно, меньше его относительной цены в стране B : $P_X^W / P_Y^W < P_X^A / P_Y^A < P_X^B / P_Y^B$. Это означает, что товар X вообще не будет производиться, так как в мире только две страны и они будут специализироваться на производстве товара Y , цена которого относительно выше. График относительного предложения товара X отсутствует.

2. Относительная мировая цена товара X равняется его относительной цене в стране A : $P_X^W / P_Y^W = P_X^A / P_Y^A$. Это означает, что работники в стране A получают такую же цену за товар X , что и за товар Y . Поэтому им все равно, какой из двух товаров производить. Этой цене будет

соответствовать нижняя горизонтальная часть графика относительного предложения RS .

3. Относительная мировая цена товара X больше его относительной цены в стране A : $p_x^w / p_y^w < p_x^A / p_y^A$. Это означает, что страна A будет специализироваться на производстве товара X . В то же время, до тех пор пока относительная мировая цена товара X меньше его относительной цены в стране B ($p_x^w / p_y^w < p_x^B / p_y^B$), страна B будет специализироваться на производстве товара Y . Этой цене будет соответствовать вертикальная часть графика относительного предложения RS .

4. Относительная мировая цена товара X равна его относительной цене в стране B : $p_x^w / p_y^w = p_x^B / p_y^B$. Это означает, что стране B все равно, какой товар производить, поскольку и за товар X , и за товар Y она получает равную цену. Этой цене будет соответствовать верхняя горизонтальная часть графика относительного предложения RS .

5. Относительная мировая цена товара X больше его относительной цены в стране B и, соответственно, больше его относительной цены в стране A : $p_x^w / p_y^w < p_x^B / p_y^B < p_x^A / p_y^A$. Это означает, что обе страны будут специализироваться только на производстве товара X , а товар Y вообще не будет производиться. График относительного предложения товара X будет стремиться к бесконечности.

Равновесная цена международного обмена. Суммируем полученные результаты. Кривая относительного предложения товара X имеет необычную конфигурацию: это два горизонтальных отрезка, соединенные между собой вертикальной линией. Горизонтальные отрезки кривой RS представляют собой относительное предложение товара X , при котором относительная мировая цена равняется относительным ценам в стране A (нижняя горизонтальная линия) и в стране B (верхняя горизонтальная линия). При таких значениях мировой цены каждая из стран будет производить и товар X , и товар Y , и это будет означать отсутствие полной специализации. Вертикальная часть кривой обозначает тот интервал мировой относительной цены товара X , при котором возможна полная специализация стран на товаре своего сравнительного преимущества.

В свою очередь, кривая относительного спроса RD представляет собой стандартную кривую спроса на товар, показывающую, что при росте цены на него спрос уменьшается.

Если кривая относительного спроса RD пересечет кривую относительного предложения RS в пределах вертикального участка графика (точка равновесия спроса и предложения E), то это будет означать, что именно при этой мировой цене на товар X страны будут специализи-

роваться на производстве товара, в котором они имеют сравнительное преимущество, и будут получать выгоды от торговли. Если кривая совокупного спроса пересечет кривую совокупного предложения на одном из ее горизонтальных отрезков (например, в точке E'), то установившиеся мировые цены не будут способствовать развитию торговли, поскольку они будут такими же или даже хуже, чем в условиях автаркии.

1.6.3. Значение концепции взаимного спроса

Несмотря на то что концепция взаимного спроса предлагает оригинальный способ определения относительной мировой цены на товар, при которой обе страны будут получать выгоды от торговли, она имеет очень существенный недостаток. Теория может успешно применяться только в том случае, когда две торгующие страны примерно одинаковы по размеру и спрос в одной стране серьезно влияет на уровень цен в другой. Для изучения торговли между малой и большой страной этот подход неприменим.

Однако из этого положения следуют весьма интересные выводы. Если одна страна больше, чем другая, то условия торговли будут ближе к доторговым ценам большой страны (кривая совокупного спроса пересечет кривую совокупного предложения в его нижней горизонтальной части). Причем это означает, что большая по размеру страна будет получать от торговли меньше выгод, чем та, что уступает ей по размеру. Американский экономист Ч. Киндлбергер определил это явление как «важность быть неважным» (1968). Малая страна будет полностью специализироваться на товаре своего сравнительного преимущества, а большая страна не сможет себе этого позволить. Эта выгода «малой» или «неважной» страны имеет и обратную сторону: страна может серьезно пострадать, если в результате каких-либо причин снизится спрос на единственный товар ее экспорта.

Впоследствии анализ условий торговли, в которых страны обменивают свои товары на мировом рынке, был продолжен экономистами неоклассического направления — А. Маршаллом и Ф. Эджуортом, которые применили технику кривых предложения (подпараграф 2.8.2). Прежде чем переходить к анализу неоклассических теорий международной торговли, обратим внимание на результаты эмпирических проверок рикардианской модели, которые в целом подтвердили основную идею Рикардо о различии сравнительных преимуществ как базисе для взаимовыгодной торговли между странами.

1.7. ЭМПИРИЧЕСКИЕ ПРОВЕРКИ РИКАРДИАНСКОЙ МОДЕЛИ

Несмотря на то что рикардианская теория международной торговли появилась в XIX в., понадобилось более ста лет, чтобы проанализировать, насколько предсказания этой модели соответствуют реальной торговой практике. Первая и наиболее известная эмпирическая проверка модели Рикардо была осуществлена Макдугаллом в 1951 г. Макдугалл попытался определить, соответствует ли торговля США и Великобританией с третьими странами положениям рикардианской модели, исходящей из того, что каждая страна будет экспортировать те товары, в которых она имеет сравнительное преимущество.

1.7.1. Макдугалл: методика проверки, тестируемые предположения

Поскольку сравнительное преимущество страны заключено в тех товарах, в которых ее труд намного более производителен по сравнению с трудом ее торговых партнеров, Макдугалл проводил тестирование на основе данных по производительности труда и стоимости экспорта США и Великобритании за 1937 г. по 25 отраслям промышленности.

Строго говоря, рикардианская модель применима только для анализа двусторонней торговли. Однако двусторонняя торговля между США и Великобританией в те времена была слишком мала по отношению к общей стоимости торговли каждой страны (доля их взаимного экспорта составляла менее 5% общей стоимости их совокупного экспорта) и слишком искажена высокими таможенными пошлинами, чтобы ее можно было успешно протестировать на соответствие модели Рикардо. Поэтому Макдугалл исключил из проверки торговлю между США и Великобританией и сфокусировал внимание на торговле каждой из этих стран с третьими странами, на рынках которых и США, и Великобритания облагались одинаковыми пошлинами. Он хотел проверить следующую гипотезу: поскольку ставки заработной платы в обрабатывающей промышленности США приблизительно в два раза выше, чем в Великобритании, то США должны быть лидирующим экспортером на рынки третьих стран товаров тех отраслей, в которых производительность труда более чем в два раза превосходит производительность труда в Великобритании. И наоборот, Великобритания должна лидировать в экспорте тех товаров, где американская производительность труда превосходит английскую менее чем в два раза.

Результаты тестирования. Результаты тестирования Макдугалла явно подтвердили основную идею модели Рикардо: высокая относи-

тельная производительность труда в той или иной отрасли сочетается с высокой рыночной долей товаров этой отрасли. Если бы абсолютное преимущество определяло структуру торговли, Великобритания вообще не экспортировала бы товаров этих 25 отраслей. Но поскольку именно сравнительное преимущество определяет структуру торговли, Великобритания на самом деле экспортировала товары, причем товары тех отраслей, где британская производительность была очень близка к американской (например, пиво, одежда, шерстяные ткани). США экспортировали больше товаров тех отраслей, где превышение американской производительности труда над английской было самым значительным (например, железные болванки, жестяные консервные банки).

Отношение американского экспорта к британскому было самым высоким в тех отраслях, где было выше соотношение между американской и британской производительностью труда. Коэффициент корреляции составлял примерно 0,8. Это подтверждает рикардианский тезис, что именно сравнительное, а не абсолютное преимущество является базисом для двусторонней торговли. Это означает, что действительная структура торговли, по-видимому, базируется на различной производительности труда в различных отраслях двух стран.

И хотя впоследствии метод, использованный Макдугаллом, был подвергнут критике со стороны Бхагвати (1964), никто всерьез так и не опроверг результатов Макдугалла. Напротив, предпринимались попытки еще раз протестировать теорию Рикардо на данных других стран и периодов, которые в целом подтвердили результаты Макдугалла. Положительная связь между производительностью труда и экспортом для США и Великобритании была доказана последующими эмпирическими проверками. Это сделали Баласса (на данных 1950 г.) и Стерн (на данных 1950 и 1955 г.). Дополнительное и самое последнее свидетельство правильности рикардианской модели торговли было получено Голубом (на данных 1995 г.).

И все-таки, несмотря на то, что рикардианская модель нашла свое эмпирическое подтверждение, она не в состоянии объяснить, почему существуют различия между странами в производительности труда и сравнительных преимуществах. Дело в том, что Рикардо первоначально строил свою модель скорее для описания действия принципа сравнительного преимущества, а не для объяснения его причин и, соответственно, структуры торговли. И теоретическая модель, и эмпирические тесты игнорируют многие относящиеся к делу вопросы, в частности наличие других (помимо труда) факторов производства, распределение доходов на факторы производства, наличие тарифов,

транспортных расходов, экономии от масштаба, дифференциации продуктов и др. Дальнейшее развитие теории международной торговли дало ответы на многие из этих вопросов.

1.8. ВЫВОДЫ

1. Меркантилизм представляет собой более или менее стройную систему взглядов на экономическое устройство национального государства, которые были очень распространены в Европе на протяжении практически трех столетий — с конца XV до конца XVIII в. Основные положения теории и практики меркантилизма сводятся к следующему. Меркантилисты полагали, что основное богатство нации составляют драгоценные металлы, в первую очередь золото, которыми она владеет. Такое отождествление богатства с золотом приводило меркантилистов к мысли о том, что необходимо прилагать всевозможные усилия для стимулирования притока денег в страну и противодействия их оттоку, чтобы по силам только государственной власти. Сердцевиной меркантилистской философии и государственной политики является доктрина «активного торгового баланса» как неперемennого условия национального благосостояния. Меркантилисты считали, что нация будет богатеть, если ее экспорт будет превышать импорт, поскольку это ведет к притоку в страну золота и других ценных металлов. Идеи меркантилизма относительно активного торгового баланса, несмотря на их чрезвычайную популярность вплоть до наших дней, обладают внутренней противоречивостью. Противоречие заключается в том, что такая политика осуществима только в отдельно взятой стране, поскольку избыток экспорта у одной страны одновременно означает дефицит импорта у другой. В конечном итоге такая политика приводит к конфликтам между странами. Для современной России, как и для ряда других стран, не потеряло своей актуальности положение о желательности активного торгового баланса, проведения политики замещения импорта. А фундаментальная идея меркантилистов о необходимости государственного стимулирования экспорта как была, так и остается одной из важнейших составляющих внешнеторговой политики любой страны — индустриально развитой, развивающейся или с переходной экономикой.

2. В своей знаменитой книге «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) Смит показал, что базисом для взаимовыгодной торговли между странами является различие в абсолютных издержках при производстве товаров. Но чтобы возможность взаи-

мовыгодной торговли стала реальностью, необходимы некоторые условия, в первую очередь отсутствие протекционистских барьеров, которые сдерживают торговые потоки, препятствуют специализации стран и в конечном счете уменьшают выгоды от торговли и общее благосостояние торгующих наций. Именно поэтому Смит выступал в защиту свободной торговли, ратовал за политику *laissez-faire*, которая означала минимальное государственное вмешательство в экономику, и резко критиковал взгляды меркантилистов. Основной вклад Смита состоит в том, что он показал, что торговля может быть взаимовыгодной, она не является «игрой с нулевой суммой», где одна сторона выигрывает обязательно за счет другой. Вместе с тем, в соответствии с идеей Смита, страны могут выигрывать от торговли, только если они обладают абсолютным преимуществом в производстве какого-либо товара и специализируются на производстве этого товара. А что же происходит с теми странами, у которых нет никаких абсолютных преимуществ? Могут ли они участвовать с выгодой для себя в международном обмене? Ответ на этот вопрос дала теория сравнительного преимущества.

3. Детальная разработка теории сравнительного преимущества связана с именем Рикардо, который в своей книге «Принципы политической экономии и налогового обложения» (1817) продемонстрировал, что базисом для торговли между странами служат различия не в абсолютных, а в относительных затратах на производство товара. С этой точки зрения теорию абсолютного преимущества можно рассматривать лишь как частный случай более общей теории сравнительного преимущества. Закон сравнительного преимущества утверждает, что стране с абсолютным преимуществом в производстве обоих товаров следует специализироваться на производстве и экспорте того товара, который дает наибольшее абсолютное преимущество. Потребность в другом товаре будет удовлетворяться за счет импорта из другой страны, которой, в свою очередь, стоит специализироваться на производстве того товара, по которому ее отставание, с точки зрения абсолютных затрат, является минимальным. Рикардианская модель исключительно важна с точки зрения демонстрации возможности выигрыша для двух стран, вовлеченных в торговлю. Рикардо подтвердил тезис Смита о том, что торговля не есть «игра с нулевой суммой», где одна страна выигрывает только за счет другой, как считали меркантилисты. Торговля, безусловно, повышает эффективность производства и содействует росту благосостояния в торгующих странах по сравнению с ситуацией до начала торговли.

4. Несмотря на очевидную прогрессивность подхода к анализу международной торговли с точки зрения сравнительного преимущества, теория Рикардо, как и любая теория, отражающая реалии своего времени, обладала объективной ограниченностью. Модель Рикардо базировалась на трудовой теории стоимости, которая исходила из того, что цена товара зависит от количества труда, затраченного на его производство, а следовательно, труд является единственным и важнейшим фактором производства. К концу XIX в. такое допущение вступило в явное противоречие с действительностью. Необходимо было включать в анализ и другие факторы производства. В 1936 году американский экономист Хаберлер в своей книге «Теория международной торговли» предпринял успешную попытку объяснить закон сравнительного преимущества, базируясь не на трудовой теории стоимости, а на понятии альтернативной стоимости или альтернативных издержек. В такой формулировке закон сравнительного преимущества иногда называют законом сравнительных издержек. Он показал, что различие относительных цен товаров между странами или степени наклона их кривых трансформации, или альтернативных стоимостей товаров является отражением сравнительных преимуществ этих стран и создает базис для их специализации и взаимовыгодной торговли.

5. Из теории Рикардо мы знаем, что существуют такие условия торговли, при которых обе страны могут получать выгоды от торговли. При этом очевидно, что чем ближе условия торговли к доторговым ценам в стране, тем меньше будут выгоды от торговли для этой страны и больше для другой страны. Поэтому очень важен вопрос: что определяет условия торговли, по каким ценам обмениваются товары на мировом рынке? Один из возможных ответов на этот вопрос дал английский экономист классической школы Милль в своей работе «Принципы политической экономии» (1848), один из разделов которой посвящен проблеме интернациональной стоимости. Для того чтобы определить соотношение цен на мировом рынке, Милль вывел закон взаимного спроса, в соответствии с которым условия торговли будут зависеть от относительной силы взаимного спроса каждой страны на продукт, который поставяет другая страна. В соответствии с этим цена импортного товара определяется через цену товара, который нужно экспортировать, чтобы оплатить импорт. Взаимный спрос — это спрос страны на товар, в котором другая страна обладает сравнительным преимуществом, в обмен на товар, в котором первая страна обладает сравнительным преимуществом (т.е. происходит обмен товарами сравнительных преимуществ между странами).

6. Несмотря на то что рикардианская теория международной торговли появилась в XIX в., понадобилось более ста лет, чтобы проанализировать, насколько предсказания этой модели соответствуют реальной торговой практике. Первая и наиболее известная эмпирическая проверка модели Рикардо была осуществлена Макдугаллом в 1951 г. Макдугалл попытался определить, соответствует ли торговля США и Великобритании с третьими странами положениям рикардианской модели, исходящей из того, что каждая страна будет экспортировать те товары, в которых она имеет сравнительное преимущество. Результаты тестирования Макдугалла явно подтвердили основную идею модели Рикардо: высокая относительная производительность труда в той или иной отрасли сочетается с высокой рыночной долей товаров этой отрасли.

7. Модель Рикардо показывает, что базисом международного обмена является различие сравнительных издержек, но ничего не говорит об источниках этих различий, о том, почему та или иная страна имеет сравнительное преимущество именно в этом товаре, а не каком-либо другом. Первую попытку разобраться в этой проблеме предприняли независимо друг от друга два шведских ученых — Э. Хекшер и Б. Олин; их теория получила название теории соотношения факторов производства. Мы будем рассматривать ее в главе 3.

Ключевые термины к главе 1

Меркантилизм	Альтернативная стоимость
Буллионизм	Граница производственных возможностей
Доктрина «активного торгового баланса»	Лэссэ-фэр (laissez-faire)
Игра с нулевой суммой	Постоянные альтернативные издержки
Классическая экономическая теория	Взаимный спрос
Абсолютное преимущество	Относительная цена товаров
Выгоды от торговли	Автаркия
Разделение труда	Сравнительное преимущество
Свободная торговля	Условия торговли
Специализация	Факторы производства
Гомогенность труда	

Вопросы для повторения и обсуждения к главе 1

1. Почему меркантилисты полагали, что обладание ценными металлами так важно для государства?
2. Каковы основные идеи меркантилистской теории? Почему меркантилисты полагали, что регулирование экономики со стороны государства имеет большое значение?
3. В чем состоит противоречивость взглядов меркантилистов?
4. Что такое неомеркантилизм? Как соотносятся взгляды меркантилистов с сегодняшней действительностью?
5. Чем взгляды меркантилистов отличаются от взглядов А. Смита?
6. Как соотносятся между собой понятия «разделение труда» и «специализация производства»?
7. В чем различие абсолютного преимущества и относительного преимущества?
8. Каковы источники выгод от торговли?
9. В чем различие между полной и неполной специализацией?
10. Может ли страна обладать абсолютным преимуществом в производстве определенного товара и в то же время не иметь сравнительного преимущества в нем? Объясните.
11. Может ли страна обладать относительным преимуществом в производстве определенного товара и в то же время не иметь абсолютного преимущества в нем? Объясните.
12. Может ли страна обладать абсолютным преимуществом в производстве двух товаров (двухстрановая, двухтоварная модель)? Почему?
13. Может ли страна обладать относительным преимуществом в производстве двух товаров (двухстрановая, двухтоварная модель)? Почему?
14. В чем суть трудовой теории стоимости? Использовал ли Рикардо эту теорию при разработке модели сравнительного преимущества?
15. Каким образом модель Рикардо была эмпирически протестирована? Подтвердили ли результаты проверки выводы рикардианской модели?

ГЛАВА 2

НЕОКЛАССИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

2.1. ВВЕДЕНИЕ

Предыдущая глава была посвящена анализу классических подходов к международной торговле — концепций абсолютного и сравнительного преимущества. Из теории Рикардо мы знаем, что сравнительное преимущество создает базис для взаимовыгодной торговли, причем источником этого преимущества выступают различия в производительности труда между странами. Вместе с тем вопрос о причинах таких различий между странами остался без ответа. Дальнейшая разработка теории сравнительного преимущества велась в рамках неоклассического подхода, который мы будем подробно разбирать в этой главе. Основные модификации касались следующих моментов: во-первых, в модель было включено несколько факторов производства (труд, капитал и природные ресурсы), во-вторых, особое внимание уделялось распределению этих ресурсов между странами и пропорциям их использования в производстве различных товаров. Теория, которая связала развитие международной торговли с различиями в наделенности стран факторами производства, получила название теории соотношения факторов производства или теории Хекшера — Олина, по именам двух шведских ученых, которые в начале XX в. впервые предложили этот подход. Теория соотношения факторов производства является одной из основных теорий международной торговли и международной экономики в целом. Вклад в ее развитие внесли такие ученые, как уже упоминавшиеся Э. Хекшер и Б. Олин, а также П. Самуэльсон, В. Столпер, Т. Рыбчинский и некоторые другие. Принято считать, что данная теория состоит из нескольких теорем: теоремы Хекшера — Олина, теоремы Хекшера — Олина — Самуэльсона, теоремы Столпера — Самуэльсона, теоремы Рыбчинского и др. Базовой моделью является теорема Хекшера — Олина, а все другие теоремы логически вытекают из нее. Теория Хекшера — Олина является частным случаем более общей стандартной модели, которая дает общие рамки для анализа международной торговли с неоклассических позиций с точки зрения установления равновесной цены в условиях частичного и общего равновесия.

2.2. ТЕОРИЯ ХЕКШЕРА — ОЛИНА: СООТНОШЕНИЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА И МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

Новый и оригинальный по сравнению с классическим подход к анализу структуры международной торговли был предложен двумя шведскими учеными: Хекшером в статье «Влияние внешней торговли на распределение дохода» (1919) и Олином в книге «Межрегиональная и международная торговля» (1935), которые работали независимо друг от друга, но пришли к весьма схожим научным результатам.

2.2.1. Идея подхода Хекшера — Олина

Суть подхода Хекшера — Олина ($X - O$) состоит в том, что они объясняли различия в сравнительных преимуществах (а следовательно, и в сравнительных издержках, и в относительных ценах) различиями в обеспеченности стран факторами производства и различиями в пропорциях факторов, необходимых для производства тех или иных товаров. Очевидно, что разные товары требуют неодинакового соотношения факторов производства — земли, труда и капитала. В то же время страны неравномерно обеспечены этими факторами. Так, одни страны богаты землей и минеральными ресурсами, другие — рабочей силой, а третьи — капиталом. Это означает, что относительные цены на эти факторы производства будут различаться в разных странах. Вследствие разницы в факторных ценах неодинаковыми будут и затраты на производство одного и того же товара. Страна будет обладать сравнительным преимуществом в производстве товаров, требующих относительно большего количества того фактора производства, который имеется у нее в изобилии. Например, страны, где в избытке труд, будут иметь сравнительное преимущество в производстве трудоинтенсивных товаров, другие же, где в избытке капитал, — капиталоемных товаров.

2.2.2. Предпосылки или допущения теории Хекшера — Олина

Модель $X - O$, как и любая другая теоретическая модель международной торговли, базируется на ряде допущений. Вспомним, что когда мы рассматривали модель сравнительного преимущества Рикардо, мы также начинали с анализа допущений, на которых она строится. Поступим так и сейчас, начав с предпосылок теории $X - O$.

1. Торговля принимает форму обмена двумя товарами (товар X и товар Y) между двумя странами (страна A и страна B), причем при про-

изводстве этих товаров страны используют только два фактора производства (труд и капитал), т.е. анализируется модель торговли $2 \times 2 \times 2$.

2. Оба товара являются гомогенными, т.е. разные производители производят одинаковые товары, и не существует дифференциации товаров.

3. Обе страны используют одни и те же технологии производства, что означает, что страны имеют равный доступ к технологиям, и любая новая технология, которая поступает на рынок, немедленно распространяется на международном уровне.

4. Вкусы и предпочтения потребителей в обеих странах одинаковы. Это означает, что потребители в торгующих странах тратят примерно одинаковые доли своего дохода на покупку товаров X и Y .

5. Один из товаров, например, товар X , является трудоинтенсивным, а другой — товар Y — капиталоемким в каждой из стран (см. ниже разъяснение этого допущения).

6. Каждая страна имеет одну и ту же производственную функцию для каждого конкретного товара. Это означает, что пропорции различных факторов производства, которые требуются для производства данного товара, одинаковы в обеих странах.

7. Оба товара производятся при постоянном эффекте масштаба.

8. Все факторы производства (за исключением земли) абсолютно мобильны внутри страны, но абсолютно немобильны между странами. Это означает, что труд и капитал быстро и без ограничений перемещаются внутри страны из регионов и отраслей с низкими доходами в регионы и отрасли с высокими доходами до тех пор, пока факторные доходы не уравниваются на страновом уровне.

9. Совершенная конкуренция характерна как для рынков товаров, так и для рынков факторов производства. Это означает, что производители, потребители, продавцы и покупатели товара X и товара Y в обеих странах не в состоянии воздействовать на цены этих товаров.

10. Отсутствуют транспортные расходы, а также тарифы и другие ограничения торговли между странами.

11. Все ресурсы полностью используются. Это означает, что не существует факторов, которые были бы не задействованы в производстве в обеих странах.

12. Международная торговля между двумя нациями является сбалансированной. Это означает, что стоимость экспорта одной страны равняется стоимости импорта другой страны.

Естественно, что не все из этих допущений отражают реальность международной торговли. Однако это не является существенным основанием для того, чтобы отвергать теорию. Все теории должны до

некоторой степени основываться на упрощенных предпосылках, которые не всегда соответствуют практике. Важный момент здесь — насколько прогнозы или выводы теории оказываются верными, когда они подвергаются эмпирическим проверкам. Это-то и является решающим аргументом в пользу состоятельности теории.

Мы уже встречались с большинством из вышеперечисленных допущений при изучении принципа абсолютного и сравнительного преимущества. Основное отличие допущений модели Х — О состоит в том, что, во-первых, используется модель $2 \times 2 \times 2$, что означает включение в модель еще одного фактора производства — капитала, во-вторых, вводятся понятия капиталоемкого (или, что то же самое, капиталоемкого) товара и трудоинтенсивного (трудоемкого) товара (допущение 5). В этой связи говорят о *факторной интенсивности товара*.

Факторная интенсивность. В нашей модели, где присутствуют два товара — X и Y и два фактора производства — труд и капитал, мы говорим, что товар Y является капиталоемким, если отношение капитала к труду K/L (или коэффициент капиталоемкости) при производстве товара Y больше, чем при производстве товара X : $K_X/L_X > K_Y/L_Y$. Например, если в стране A для производства товара Y используется три единицы капитала — $3K$ и три единицы труда — $3L$, то коэффициент капиталоемкости товара Y будет равен $K/L = 3/3 = 1$. И если три единицы капитала — $3K$ и шесть единиц труда — $6L$ используются для производства товара X , то коэффициент его капиталоемкости составит $K/L = 3/6 = 1/2$. Это означает, что в стране A товар Y является капиталоемким, а товар X является трудоемким. Аналогичным образом, если в стране B для производства товара Y используется шесть единиц капитала — $6K$ и три единицы труда — $3L$, то коэффициент капиталоемкости равняется $K/L = 6/3 = 2$. И если три единицы капитала — $3K$ и три единицы труда — $3L$ используются для производства товара X , то коэффициент капиталоемкости составляет $K/L = 3/3 = 1$. Это означает, что в стране B товар Y является капиталоемким, а товар X — трудоемким.

На рисунке 2.1 представлена графическая иллюстрация факторной интенсивности товаров X и Y . Если мы отложим по оси ординат капитал (K), а по оси абсцисс — труд (L), то прямые лучи, выходящие из точки отсчета, будут соответствовать соотношению затрат капитала и труда при производстве определенного товара, а наклоны этих линий — коэффициенту капиталоемкости в производстве товара. Так, линия под углом в 45° , соответствует единичной капиталоемкости, т.е. $K/L = 1$. Это означает, что при увеличении производства требуется в равной степени увеличивать как затраты труда, так и затраты капитала.

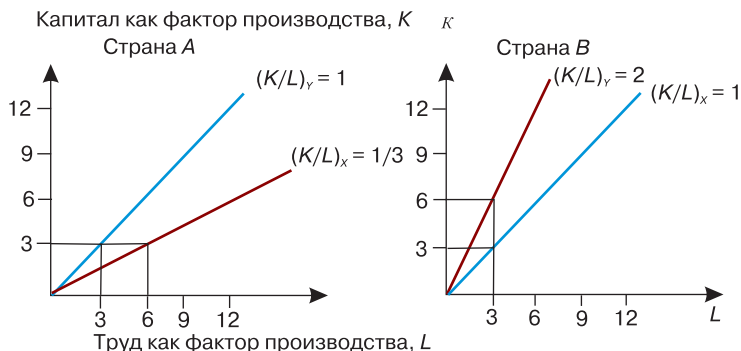


Рис. 2.1. Факторная интенсивность производства товаров X и Y в странах A и B

Отметим, что при определении факторной интенсивности товара (его трудоемкости или капиталоемкости) имеются в виду не абсолютные значения труда и капитала, используемого для производства того или иного товара, а относительные, т.е. количество капитала на одну единицу труда или, наоборот, труда на одну единицу капитала. Именно поэтому отношение капитала к труду называется *коэффициентом капиталоемкости*, а отношение труда к капиталу *коэффициентом трудоемкости*.

Итак, из графиков видно, что товар X является трудоемким, а товар — капиталоемким в обеих странах. Вместе с тем страна B использует более капиталоемкую технологию для производства обоих товаров, поскольку их коэффициент капиталоемкости у нее выше, чем у страны A . Почему это происходит? Ответ может быть такой: потому что капитал в стране B относительно дешевле, чем в стране A , и производители используют его относительно больше, чем труд, чтобы сократить издержки производства. Но почему капитал относительно дешевле в стране B ? Один из возможных ответов состоит в том, что страна в большей степени наделена (или обеспечена) одними факторами производства, чем другими, т.е. одни факторы производства имеются у нее в избытке, а другие — в дефиците. Рассмотрим этот вопрос более подробно, поскольку именно неравная обеспеченность стран различными факторами производства является в соответствии с теорией X — O базисом сравнительного преимущества.

2.2.3. Факторонасыщенность: относительная обеспеченность страны факторами производства

Наделенность или обеспеченность страны факторами производства можно определить различными способами: через относительные

физические объемы факторов производства, которыми обладает страна или через относительные цены этих факторов производства. Страна может быть капиталонасыщенной и трудонасыщенной. Если страна является капиталонасыщенной, это означает, что капитал как фактор производства находится у нее в относительном избытке, а труд относительно дефицитен. Если же страна является трудонасыщенной, то труд у нее в относительном избытке, а капитал относительно дефицитен. Рассмотрим более детально различные определения факторонасыщенности.

Первое определение факторонасыщенности. Страна B является капиталонасыщенной по сравнению со страной A , а страна A — трудонасыщенной, если отношение общего объема капитала, имеющегося в стране, к общему объему труда для страны B больше, чем для страны A , т.е. $(TK / TL)^B > (TK / TL)^A$. Это означает, что страна B имеет относительно больше капитала на единицу труда, чем страна A , а страна A — относительно больше труда на единицу капитала. Отметим, что в абсолютных значениях страна A может иметь больше капитала, чем страна B : $(TK)^B < (TK)^A$, и это не меняет существа дела.

Второе определение факторонасыщенности. Страна B является капиталонасыщенной по сравнению со страной A , если отношение цены капитала к цене труда будет меньше в стране B , чем в стране A : $(P_K / P_L)^B < (P_K / P_L)^A$. Страна A является в то же время трудонасыщенной, поскольку отношение цены труда к цене капитала у нее меньше, чем в стране B : $(P_L / P_K)^A < (P_L / P_K)^B$. Это означает, что капитал относительно дешевле в стране B , а труд относительно дешевле в стране A . Обычно считается, что ценой капитала является ставка процента ($P_K = r$), а ценой труда — ставка заработной платы ($P_L = w$), поэтому мы можем записать, что в общем виде $P_K / P_L = r / w$. Здесь опять стоит подчеркнуть, что отнесение страны к капиталонасыщенной или трудонасыщенной вытекает не из разницы абсолютных уровней процента или заработной платы в странах A и B , а из разницы отношений r / w . Так, r может быть ниже в стране A по сравнению со страной B , но страна B будет считаться капиталонасыщенной, если отношение r / w у нее ниже, чем в стране A .

Взаимосвязь двух определений факторонасыщенности. Вышеуказанные определения не являются эквивалентными. Определение факторонасыщенности, с точки зрения физического объема труда и капитала, предполагает учет только предложения факторов производства, оставляя без внимания спрос на них. Определение, с точки зрения относительных факторных цен, предполагает учет и спроса, и предложения, поскольку именно цена в условиях совершенной конкуренции является результатом взаимодействия спроса и предложения. Итак, если мы можем ска-

зять, что $(TK/TL)^B > (TK/TL)^A$ при предпосылке равенства спроса (т.е. предпосылке идентичности вкусов и предпочтений) в странах A и B , то одновременно это означает, что $(P_K/P_L)^B < (P_K/P_L)^A$, и страна B будет считаться капиталонасыщенной с точки зрения обоих определений.

Однако так происходит не всегда. Предположим, что $(TK/TL)^B > (TK/TL)^A$, но условие равенства спроса не выполняется: спрос на товар Y (капиталоемкий товар) и, следовательно, спрос на капитал настолько выше в стране B по сравнению со страной A , что относительная цена капитала станет выше в стране B по сравнению со страной A . В этом случае страна B будет считаться капиталонасыщенной с точки зрения физических объемов имеющихся труда и капитала, но трудонасыщенной с точки зрения относительных факторных цен. Очевидно, что следует ориентироваться на определение через относительные цены на факторы производства, поскольку именно в этом случае выводы из теории $X - O$ будут четкими и однозначными.

2.2.4. Теорема Хекшера — Олина

Как мы уже указывали, теория Хекшера — Олина — это общая модель для анализа международной торговли с неоклассических позиций. Рассмотрим теорему Хекшера — Олина как важнейшую составляющую этой теории.

Факторная насыщенность и факторная интенсивность. Теорема $X - O$ построена на объединении понятий фактороинтенсивности и факторонасыщенности, которые мы достаточно подробно рассмотрели выше. Прежде чем дать формулировку теоремы, еще раз подчеркнем, что насыщенность относится к обеспеченности, наделенности страны факторами производства, а интенсивность — к использованию в производстве товаров таких факторов, как капитал и труд. Например, Китай по сравнению с США является трудонасыщенной страной, поскольку относительно лучше обеспечен трудом, чем капиталом; текстильная промышленность по сравнению с авиационной является трудоинтенсивной, поскольку при производстве тканей используется относительно больше труда, чем капитала, в отличие от производства самолетов.

Формулировка теоремы $X - O$. Сформулируем содержание теоремы: страна будет экспортировать товар, для производства которого требуется интенсивное использование относительно избыточного (и дешевого) для этой страны фактора производства, и импортировать товар, для производства которого требуется интенсивное использование относительно дефицитного (и дорогого) для этой страны фактора производства. В принятой нами системе обозначений это предпола-

гает, что страна *A* будет экспортировать товар *X*, потому что товар *X* является трудоемким, а сама страна *A* обладает относительным избытком трудовых ресурсов. В свою очередь, страна *B* будет экспортировать товар *Y*, поскольку товар *Y* является капиталоемким, а страна *B* относительно богата капиталом. Товар *X* станет товаром сравнительного преимущества для страны *A*, поскольку в его производстве она интенсивно использует такой относительно избыточный и дешевый для нее фактор производства как труд. Аналогичным образом для страны *B* товаром сравнительного преимущества станет товар *Y*. Из всех возможных причин различия в сравнительных преимуществах стран (и относительных ценах на товары) теорема Х — О выделяет разницу в относительной обеспеченности стран факторами производства как основную причину международной торговли. Поэтому модель Х — О часто называют теорией обеспеченности факторами производства или теорией соотношения факторов производства.

Графическая иллюстрация теоремы Х — О. Сначала рассмотрим, каким образом будут соотноситься между собой кривые производственных возможностей стран *A* и *B* до начала торговли. На рисунке 2.2 представлены границы производственных возможностей для двух товаров *X* и *Y*, производимых в странах *A* и *B*. Страна *B* является капиталонасыщенной и имеет преимущество в производстве капиталоемкого товара *Y*, т.е. может производить относительно больше товара *Y* по сравнению со страной *A*. При использовании той же самой техники трудонасыщенная страна *A* имеет сравнительное преимущество в производстве трудоинтенсивного товара *X*, т.е. может производить относительно больше товара *X* по сравнению со страной *B*. Поэтому граница производственных возможностей страны *A* относительно более пологая и широкая, чем граница производственных возможностей страны *B*.

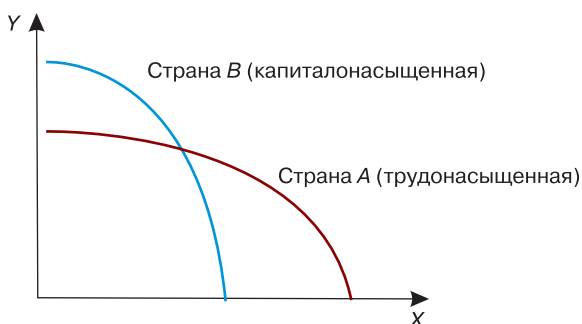
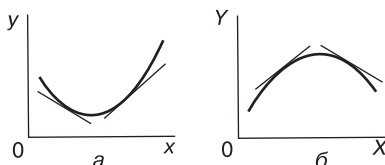


Рис. 2.2. Границы производственных возможностей страны *A* и страны *B*

Отметим, что с учетом принятых нами допущений границы производственных возможностей больше не являются прямыми линиями, как это было в однофакторной модели Рикардо; здесь мы рассматриваем ситуацию возрастающих издержек замещения, которая лучше отражает реальность, и поэтому на графике представлена кривая, вогнутая по отношению к началу координат.

Существуют разные определения выпуклости и вогнутости кривой, в зависимости от того, с какой точки зрения она рассматривается. В английских и американских учебниках принято определять выпуклости и вогнутости по отношению к началу координат. Является кривая выпуклой (convex towards the origin, рис. а) или вогнутой (concave towards the origin, рис. б) по отношению к началу координат определяют несколькими способами.



1. График функции $y = f(x)$ называется выпуклым на интервале $(a; b)$, если он расположен выше любой своей касательной на этом интервале, и вогнутым, если ниже.

2. Дуга (или хорда) выпуклой кривой лежит не ниже касательной в окрестности любой своей точки, а дуга вогнутой кривой, соответственно, не выше.

Если во всех точках интервала $(a; b)$ вторая производная функции $y = f(x)$ положительная, т.е. $f''(x) > 0$, то график функции на этом интервале выпуклый, если же $f''(x) < 0$ — вогнутый.

Теперь дадим графическую иллюстрацию модели международной торговли $X - O$ (рис. 2.3). До начала торговли страны были вынуждены потреблять в соответствии со своими производственными возможностями, поскольку внутреннее потребление ограничено собственным производством. Предположим, что производство и потребление в стране B соответствует точке M , а производство и потребление в стране A — точке N . Наклоны кривых производственных возможностей в этих точках отражают отношение стоимостей двух товаров, а следовательно, и относительные цены двух товаров (в каждой стране). Поскольку в стране B товар Y относительно дешевле товара X , линия относительной цены P_b в стране B более крутая, чем линия P_a в стране A .

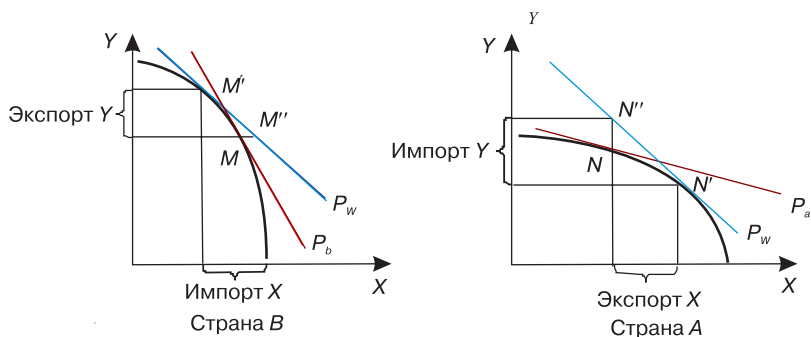


Рис. 2.3. Преимущества специализации в модели $X - O$

В ситуации свободной торговли (а это одно из наших допущений) трудонасыщенная страна A начинает специализироваться на производстве трудоемкого товара X , а капиталонасыщенная страна B — на производстве капиталоемкого товара Y . Специализация будет продолжаться до тех пор, пока страны не выйдут на уровень общей относительной мировой цены P_w , которая, как было установлено выше, будет располагаться где-то между внутренними относительными ценами каждой из стран до начала торговли, т.е. $P_b < P_w < P_a$. Графически линия цены будет представлять собой касательную к границам производственных возможностей обеих стран. Международная торговля выравнивает до-торговые ценовые различия, и в результате устанавливается относительная мировая рыночная цена P_w . При этом торговля вызывает рост цены товара Y в стране B и рост цены товара X в стране A (т.е. рост цен на товары сравнительного преимущества каждой из стран). Это изменение в относительных ценах как следствие торговли сдвигает точку производства и потребления вдоль границы производственных возможностей в обеих странах. В стране B производство сдвигается от точки M в точку M' , т.е. в пользу производства товара Y . В стране A производство сдвигается от точки N в точку N' , т.е. в пользу товара X . В отличие от модели Рикардо здесь не происходит полной специализации, поскольку оба товара продолжают производиться в обеих странах. Это происходит исключительно вследствие вогнутых кривых производственных возможностей: затраты на единицу товара увеличиваются вместе с ростом производства. Этот результат в большей степени соответствует реальности: страны очень редко достигают полной специализации.

Итак, в результате торговли страны получают возможность выйти за границы своих производственных возможностей и обменивать свои товары в соответствии с относительными ценами международной торговли (касательная P_w на обоих графиках). Например, страна B может

выбрать точку M'' , которая возможна благодаря экспорту товара Y и импорту товара X . Аналогичным образом точка N'' станет доступна для страны A , если она будет экспортировать товар X и импортировать товар Y .

Суммируем наши рассуждения. Различная обеспеченность стран факторами производства (трудом и капиталом) приводит к установлению разной относительной стоимости этих факторов производства, что, в свою очередь, является причиной различия в относительных ценах на товары в этих странах в условиях автаркии. Одновременно это является и благоприятной предпосылкой для начала взаимовыгодной торговли. После начала торговли и специализации каждая страна экспортирует те фактороинтенсивные товары, для производства которых она имеет относительный избыток факторов производства, и импортирует те, для производства которых она испытывает относительный недостаток факторов производства: трудонасыщенная страна A экспортирует свой трудоемкий товар X в обмен на капиталоемкий товар Y из капиталонасыщенной страны B . В результате обе страны обеспечивают себе рост потребления, а относительные цены на торгуемые товары уравниваются. Логика наших рассуждений в схематическом виде представлена на рис. 2.4.

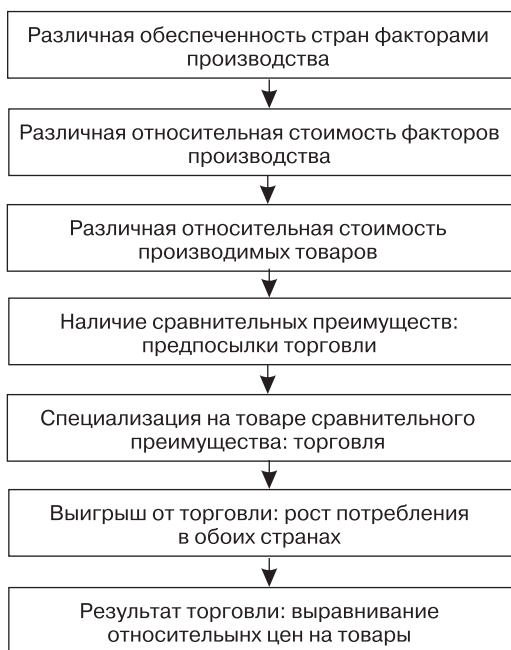


Рис. 2.4. Причинно-следственные связи в теореме X — O

Из теоремы $X - O$ следует несколько очень важных выводов, которые имеют смысл только в том случае, если строго выполняются допущения теоремы $X - O$. Все эти выводы напрямую связаны с вопросами влияния международной торговли на распределение доходов внутри торгующей страны. Поэтому далее мы последовательно рассмотрим теорему Хекшера — Олина — Самуэльсона о выравнивании цен на факторы производства, теорему Столпера — Самуэльсона о влиянии изменения товарных цен на доходы от факторов производства и теорему Рыбчинского о влиянии предложения факторов производства на доходы от производства. Эти теоремы принято считать расширением первоначальной модели Хекшера — Олина.

2.3. ТЕОРЕМА ХЕКШЕРА — ОЛИНА — САМУЭЛЬСОНА: МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И ВЫРАВНИВАНИЕ ФАКТОРНЫХ ЦЕН

Теорема выравнивания цен на факторы производства является логическим следствием теоремы $X - O$, поскольку непосредственно вытекает из нее при соблюдении всех допущений. Впервые эту теорему (или это следствие) строго доказал американский экономист П. Самуэльсон, поэтому ее иногда называют теоремой Хекшера — Олина — Самуэльсона (теоремой $X - O - C$).

2.3.1. Формулировка теоремы $X - O - C$

Как мы знаем из теоремы $X - O$, международная торговля увеличивает возможности потребления в стране, уровень ее благосостояния, а также приводит к выравниванию относительных цен на торгуемые товары. Отсюда возникает вопрос: возможно ли, чтобы выравнивание относительных цен на товары оказывало обратное воздействие на цены факторов производства, которые использовались в торгующих странах для производства этих товаров? В своих статьях 1948 и 1949 г. Самуэльсон дал положительный ответ на этот вопрос. В его формулировке теорема звучит следующим образом: «Международная торговля товарами приводит к выравниванию различий между странами в абсолютных и относительных ценах на гомогенные факторы производства». Это означает, что при строгом соблюдении всех допущений теории $X - O$, в результате международной торговли, выравниваются цены на гомогенные факторы производства, которые использовались в производстве торгуемых товаров. Напомним, что гомогенность или одно-

родность капитала означает, что имеется в виду капитал одинаковой эффективности и степени риска; под гомогенным трудом подразумевается труд, для которого характерна одинаковая подготовка, образование, обучение и производительность.

Рассмотрим сначала, каким образом международная торговля приводит к выравниванию относительных цен на факторы производства. При объяснении мы сохраняем все принятые выше обозначения и допущения. В торговле участвуют две страны: трудонасыщенная страна A , которая поставляет на мировой рынок трудоемкий товар X , и капиталонасыщенная страна B , которая поставляет капиталоемкий товар Y . Логика рассуждений представлена на рис. 2.5.



Рис. 2.5. Причинно-следственные связи в теореме $X - O - C$

2.3.2. Графическая иллюстрация теоремы $X - O - C$

Поняв логические связи в теореме $X - O - C$, легко дать ее графическую интерпретацию. Отложим на оси ординат относительную цену товара $X - P_X / P_Y$, а на оси абсцисс относительную цену труда — w / r (рис. 2.6). До начала торговли страна A находится в точке A , где $w / r =$

$= (w/r)^A$ и $P_X/P_Y = P^A$. В то же время страна В находится в точке В, где $w/r = (w/r)^B$ и $P_X/P_Y = P^B$. Поскольку w/r в стране А меньше, чем в стране В (страна А — трудонасыщенная), то относительная цена товара Х в стране А меньше, чем относительная цена товара Х в стране В: $P^A < P^B$. Страна А начинает специализацию на товаре своего сравнительного преимущества — трудоемком товаре Х, вследствие чего спрос на труд в этой стране растет (одновременно падает спрос на капитал), вызывая увеличение относительной цены труда P^A по направлению к P^W . В стране В происходят аналогичные изменения, но в противоположном направлении: специализация на капиталоемком товаре У приводит к росту спроса на капитал и падению спроса на труд, вызывая в результате снижение относительной цены труда P^B в направлении к P^W . Этот процесс специализации и расширения торговли между странами А и В будет продолжаться до тех пор, пока точки А и В не соединятся в точке W, где относительная цена товара Х будет соответствовать мировой цене, а относительная цена труда в стране А и стране В не достигнет единой мировой цены труда, что и требовалось доказать.

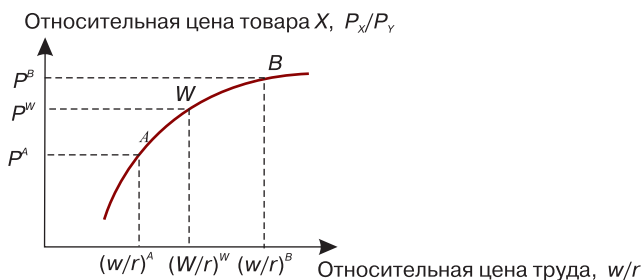


Рис. 2.6. Выравнивание относительных цен на факторы производства

2.3.3. Международная торговля как субститут международного движения факторов производства

Вспомним, что одна из предпосылок, на которых строилась теория Х — О, состояла в допущении полной мобильности ресурсов внутри страны и отсутствия их международной мобильности. При ослаблении допущения о международной мобильности в условиях совершенной конкуренции труд стал бы мигрировать из стран с низкой заработной платой в страны с высокой заработной платой до тех пор, пока заработные платы не стали бы равными в обеих странах. Подобным же образом капитал стал бы перемещаться из страны с низкой ставкой про-

цента в страну с высокой ставкой процента до тех пор, пока эти ставки не уравнились бы. Отсюда следует, что международная мобильность факторов производства приводит к выравниванию цен на факторы производства.

В соответствии с теорией $X - O$ и, в частности, с теоремой $X - O - C$, факторные цены также выравниваются, однако не вследствие мобильности производственных ресурсов, а в результате международной торговли товарами. Впервые этот факт был замечен Р. Манделлом (1958), который дал ему следующее объяснение. Международная торговля оказывает точно такое же воздействие на факторные цены, как и реальное перемещение факторов производства между отдельными странами, и в этом смысле выступает как субститут международной мобильности производственных ресурсов. Движение товаров может заместить и замещает международное движение факторов производства, поскольку готовые товары содержат их в себе, хотя и в различной степени. Следовательно, перемещение факторов производства между странами не является обязательным для того, чтобы страна могла использовать сравнительные преимущества в наделенности ими. Вместе с тем международное движение факторов производства является исключительно важным с точки зрения распределения доходов от факторов производства. Мы еще вернемся к этому в дальнейшем.

Отметим здесь еще один очень интересный момент. Из теоремы $X - O - C$ следует, что полное уравнивание цен на факторы производства в торгующих странах с различной наделенностью ими происходит лишь в том случае, если соблюдены все допущения модели $X - O$. На практике, однако, такого никогда не происходит. Более того, если бы факторные цены полностью уравнились, основа для любой торговли между странами исчезла бы!

2.3.4. Выравнивание абсолютных цен на факторы производства

До сих пор мы говорили о выравнивании в результате международной торговли относительных цен на производственные ресурсы. Как же обстоит дело с абсолютными ценами на факторы производства, какая динамика характерна для них? В статье 1949 г. Самуэльсон показал, что выравнивание распространяется также и на абсолютные факторные цены. Доказательство этой теоремы достаточно сложно и не входит в наши задачи. Отметим лишь, что выравнивание абсолютных цен на производственные ресурсы означает одну и ту же норму прибыли на капитал и одну и ту же ставку почасовой заработной платы

во всех торгующих странах. На практике ставки почасовой заработной платы сильно различаются между развитыми и развивающимися странами, да и между самими развитыми странами. Более того, эти различия в последние годы даже увеличиваются. Конечно, это происходит потому, что в реальной жизни не выполняются основные допущения теории $X - O$, в первую очередь допущения о неограниченной свободе торговли, об идентичности используемых технологий, гомогенности капитала и труда. В развитых странах труд намного более эффективен, ему соответствует лучшая обученность и образованность работников, его производительность выше вследствие использования продвинутых производственных и управленческих технологий.

2.4. ТЕОРЕМА СТОЛПЕРА — САМУЭЛЬСОНА: ВЛИЯНИЕ ТОВАРНЫХ ЦЕН НА ФАКТОРНЫЕ ЦЕНЫ

Итак, в результате торговли в каждой стране изменяются цены на факторы производства: растет цена избыточных и дешевых ресурсов и падает цена редких и дорогих (что приводит к выравниванию цен на факторы производства между странами, как было показано в теореме $X - O - C$). Теперь нам необходимо выяснить масштабы изменений, которые происходят вследствие изменения цен на товары, производимые с использованием этих ресурсов. Данная взаимосвязь была впервые продемонстрирована В. Столпером и Самуэльсоном в их совместной статье 1941 г. Выявленная ими зависимость считается одной из важнейших в теории международной торговли, и по имени авторов ее называют теоремой Столпера — Самуэльсона. Отметим, что теорема Столпера — Самуэльсона подчеркивает взаимосвязь между ценами выпускаемых товаров и факторными ценами внутри каждой из торгующих стран, в то время как теорема $X - O - C$ рассматривала взаимосвязь между относительными ценами факторов производства в торгующих странах.

2.4.1. Формулировка теоремы Столпера — Самуэльсона

В своей самой общей форме теорема утверждает, что при соответствующих допущениях модели *изменение цены товара изменяет цену интенсивно используемого в производстве этого товара фактора производства, в том же самом направлении и более чем пропорционально*. Так, в частности, увеличение относительной цены товара увеличивает реальную цену (прибыльность или отдачу) фактора производства, ин-

тенсивно используемого в производстве этого товара, и уменьшает *реальную* цену (прибыльность или отдачу) другого фактора. Упор здесь делается на то, что факторные цены изменяются пропорционально и в большей пропорции, чем цены товаров.

Рассмотрим это более подробно на нашем примере, сохраняя основные допущения модели $X - O$. В условиях торговли спрос на трудоемкие товары в стране A увеличивается — как следствие их экспорта. Это ведет к увеличению цены товара X и относительному увеличению спроса на труд, т.е. на тот фактор производства, который более интенсивно использовался в производстве товара X , а это, в свою очередь, приводит к увеличению цены этого фактора производства — заработной платы по отношению к цене капитала. Этот эффект подкрепляется также импортом капиталоемких товаров, одновременно сокращающим спрос на капитал и, следовательно, доходность этого фактора. В стране B торговля увеличивает спрос на товар Y , приводя, таким образом, к увеличению спроса на капитал, который интенсивно используется при производстве товара Y , и росту его относительной доходности. В рамках нашего примера w растет, а r падает для трудонасыщенной страны A , в то время как w падает, а r растет для капиталонасыщенной страны B . Поскольку мы полагаем, что труд и капитал находятся в состоянии полной занятости до и после начала торговли, реальный доход от труда и реальный доход владельца капитала изменяются в том же направлении, что и товарные цены. Это означает, что торговля вызывает рост реальных доходов на труд и падение реальных доходов владельца капитала в стране A и рост реальных доходов на капитал и падение реальных доходов на труд в стране B . Таков вывод теоремы Столпера — Самуэльсона.

2.4.2. Графическая иллюстрация теоремы Столпера — Самуэльсона

Изменения относительных цен на товары, которые происходят вследствие торговли, являются результатом изменений в уровнях производства двух стран. Выразим цены на производимые товары X и Y через факторы производства, которые были использованы (в нашем случае это труд и капитал — L и K).

$$\begin{aligned} P_X &= L_X \times w + K_X \times r; \\ P_Y &= L_Y \times w + K_Y \times r, \end{aligned} \tag{2.1}$$

где P_X — цена товара X ;
 P_Y — цена товара Y ;
 w — ставка заработной платы за единицу труда (цена труда);
 r — ставка процента за использование единицы капитала (цена капитала);

L_X — количество труда, необходимое для производства товара X ;
 L_Y — количество труда, необходимое для производства товара Y ;
 K_X — количество капитала, необходимое для производства товара X ;
 K_Y — количество капитала, необходимое для производства товара Y .

Уравнения (2.1) показывают, что рыночная цена товаров X и Y равна издержкам их производства. На рисунке 2.7 представлена иллюстрация зависимости цены фактора производства от цены на товар. На оси абсцисс отложим ставку заработной платы (w), а по оси ординат — ставку процента (r). Затем построим прямые, отражающие зависимость цен факторов производства от стоимости товаров X и Y .

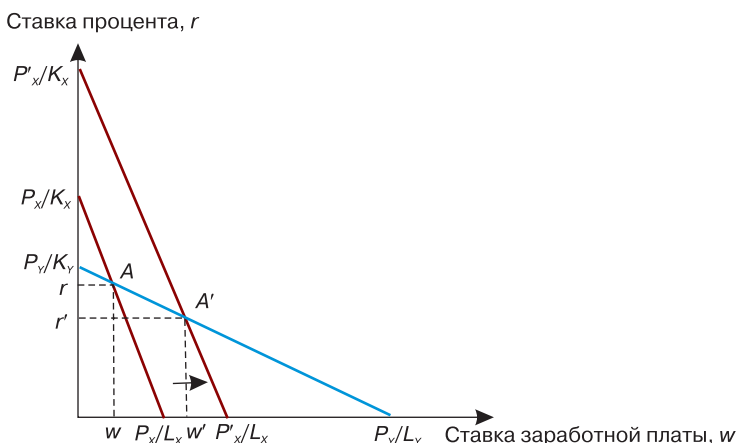


Рис. 2.7. Зависимость цены фактора производства от цены на товар

Поскольку товар X трудоемкий, его производство требует относительно больших затрат труда по сравнению с товаром Y , который является капиталоемким. На графике это показано прямой с конечными точками P_X/K_X и P_X/L_X , имеющей более крутой наклон по сравнению с прямой с конечными точками P_Y/K_Y и P_Y/L_Y ; эти точки представляют собой цены товаров X и Y , разделенные на количество капитала и труда, необходимое для их производства. Равновесие достигается в точке A , где и определяется цена факторов производства (w , r) для данного уровня цен товаров X и Y .

Теперь предположим, что вследствие каких-либо причин цена товара X возрастет (например, вследствие того, что увеличился его экспорт или уменьшился импорт из-за введения ввозных пошлин), и прямая для товара X сдвинется вправо в положение с конечными точками

P'_X/K_X и P'_X/L_X ; одновременно сдвинется равновесие в точку A' . При этом цена факторов производства изменится: возрастет цена труда с w до w' и упадет цена капитала с r до r' . Таким образом, мы видим, что выросла цена того фактора производства, который интенсивно использовался при производстве товара. В нашем случае этим фактором был труд. Это и есть вывод теоремы Столпера — Самуэльсона, к которому мы пришли графическим путем.

2.4.3. Эффект усиления Джонса

Обратим внимание, что мы все время говорим о падении или росте именно *реальных доходов* на труд и капитал. Это означает, что изменение цены товаров производит *усилительный эффект* в отношении изменения факторных цен. В общем плане эффект усиления означает непропорциональные изменения эндогенных переменных (у нас — факторных цен) под влиянием изменения экзогенных переменных (у нас — цен на товары). Предположим, что трудонасыщенная страна A начинает торговлю. Цена трудоемкого товара X возрастает, в то время как цена капиталоемкого товара Y падает; ставка заработной платы растет, а доход на капитал падает. Будет ли означать такая ситуация рост реальных доходов для рабочего страны A , ведь он теперь получает более высокую заработную плату, но одновременно платит более высокую цену за товар X ? Действие эффекта усиления, в рамках теоремы Столпера — Самуэльсона, означает, что заработная плата растет в большей степени, чем цена товара X , т.е. растет покупательная способность рабочего в стране A или его реальная заработная плата. Это и принято называть эффектом усиления Джонса, по имени американского ученого, который в своей статье 1965 г. впервые дал четкое алгебраическое обоснование этого факта.

Посмотрим, что происходит с доходами владельца капитала в стране A . Доходы на капитал в стране A упали, но снизились также и цены на товар Y , который потребляет владелец капитала. Улучшилось или ухудшилось его положение с точки зрения покупательной способности? Действие эффекта усиления в этом случае означает, что положение ухудшилось, потому что доход на капитал упал пропорционально в большей степени, чем цена товара Y .

Посмотрим теперь, как складывается ситуация после начала торговли в капиталонасыщенной стране B . Цена капиталоемкого товара Y возрастает, приводя к опережающему росту доходов владельцев капитала и абсолютному улучшению их положения. Одновременно падает цена трудоемкого товара X , приводя к еще большему падению доходов

от труда. Действие эффекта усиления означает, что положение рабочих в стране В абсолютно ухудшается: снижение ставок заработной платы в большей степени, нежели цен на потребительские товары, приводит к сокращению реальной заработной платы рабочих. Этот вывод теоремы Столпера — Самуэльсона имеет большое практическое значение.

Современное значение выводов теоремы Столпера — Самуэльсона.

В последние годы происходило возрождение интереса к теореме Столпера — Самуэльсона, поскольку она затрагивает такие животрепещущие вопросы современной экономики, как распределение доходов внутри страны. В соответствии с теоремой международная торговля сокращает реальные доходы труда и увеличивает реальные доходы капитала в капиталонасыщенных странах. Избытком капитала по сравнению с трудом обладают развитые страны, такие как США, Великобритания, Япония, Франция, Германия и др., и именно в этих странах профсоюзы часто выступают за ограничение торговли, поскольку она непосредственно влияет на их реальную заработную плату. В особенно неблагоприятную ситуацию попадают неквалифицированные рабочие, так как их доходы падают в максимальной степени.

2.5. ТЕОРЕМА РЫБЧИНСКОГО: ПРЕДЛОЖЕНИЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА И ОБЪЕМ ВЫПУСКА ТОВАРОВ

Эта теорема также входит в «пакет» теорем неоклассической теории $X - O$. Как и теорема Столпера — Самуэльсона, она обладает большой практической значимостью и помогает объяснить некоторые явления современной экономики. Автором этой теоремы является английский экономист польского происхождения Т. Рыбчинский, который в статье 1955 г. показал, каким образом экзогенное увеличение предложения одного из факторов производства влияет на выпуск тех товаров, в которых интенсивно используется этот фактор, и на выпуск тех товаров, в которых он интенсивно не используется.

2.5.1. Формулировка теоремы Рыбчинского

Прежде чем дать формулировку теоремы, остановимся на ее допущениях. В целом теорема Рыбчинского базируется на тех же предположениях, что и вся теория $X - O$: две страны, два фактора производства и пр. (подпараграф 3.2.2). Но есть и отличия: Рыбчинский проводил свой анализ при допущении стабильности цен в период изменения предложения того или иного фактора производства. Итак, теорема

Рыбчинского может быть сформулирована следующим образом: в условиях неизменных цен рост предложения одного из факторов производства приводит к увеличению производства того товара, в котором этот фактор используется наиболее интенсивно, и к сокращению производства того товара, в котором другой фактор производства используется наиболее интенсивно. Из этого вытекает на первый взгляд парадоксальный вывод: рост одного из факторов производства может приводить к падению производства одного из товаров. Предположим, что вследствие демографических причин в стране произошло увеличение предложения труда. Как это повлияет на объемы производства тех товаров, в которых труд используется наиболее интенсивно, а также на объемы производства товаров, в которых наиболее интенсивно используется другой фактор производства, т.е. капитал? В соответствии с теоремой Рыбчинского объемы производства в трудоинтенсивных отраслях возрастут, а в капиталоемких сократятся.

Логика рассуждений при объяснении теоремы Рыбчинского следующая. Для того чтобы цены на товары оставались постоянными, неизменными должны быть и цены на факторы производства. Цены на факторы производства могут оставаться неизменными только в том случае, если отношение факторов, используемых в двух отраслях, остается постоянным, т.е. должно быть постоянным отношение труда к капиталу (L / K) или капитала к труду (K / L). Рост одного из факторов производства, в нашем случае труда, может иметь место только при увеличении производства в трудоинтенсивной отрасли и сокращении производства в капиталоемкой отрасли, что приведет к высвобождению фиксированного фактора — капитала, который станет доступным для использования вместе с растущим фактором в расширяющейся отрасли. Таким образом, Рыбчинский показал, что существует прямая зависимость между ростом фактора производства в одной из отраслей и депрессией или даже падением производства в других отраслях.

Эффект усиления в теореме Рыбчинского. В какой пропорции происходит увеличение выпуска в трудоинтенсивных отраслях при увеличении предложения труда? Как и в случае теоремы Столпера — Самуэльсона, теорема Рыбчинского включает в себя эффект усиления: изменение в предложении фактора производства вызывает непропорциональное изменение объемов выпуска товаров.

2.5.2. Графическая иллюстрация теоремы Рыбчинского

Действие теоремы Рыбчинского можно проиллюстрировать при помощи графика границы производственных возможностей страны A ,

которая производит товары X и Y . Покажем, что если в стране A растет только труд, то производство товара X (трудоемкого товара) увеличивается более чем пропорционально, в то время как производство товара Y (капиталоемкого товара) уменьшается при постоянных ценах на товары $X(P_X)$ и $Y(P_Y)$ (рис. 2.8).

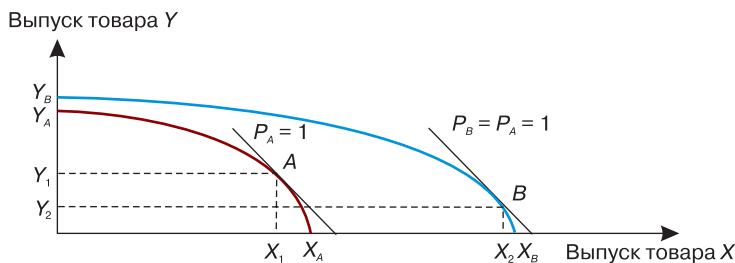


Рис. 2.8. Теорема Рыбинского: последствия роста предложения труда

В условиях торговли, но до начала роста предложения труда страна производит в точке $A(X_1, Y_1)$ при соотношении цен $P_X/P_Y = P_A = 1$ (что показывает касательная к кривой производственных возможностей в точке A). После того как предложение труда удваивается ($X_B = 2X_A$), а соотношение цен остается прежним (это наше допущение), страна A стала бы производить в точке B на ее новой расширенной границе производственных возможностей, и это означало бы увеличение производства товара X ($X_2 > X_1$) и уменьшение производства товара Y ($Y_2 < Y_1$).

Чтобы товарные цены оставались постоянными при росте одного из факторов производства, факторные цены также должны оставаться постоянными. Но факторные цены могут оставаться постоянными, если отношение K/L и производительность труда и капитала также остаются постоянными при производстве обоих товаров. Единственный способ, при котором возможно полное использование увеличившегося ресурса (труда) при неизменности K/L для производства обоих товаров, это снижение производства товара Y (капиталоемкого), чтобы высвободившийся вследствие этого капитал (а также и труд) смог бы абсорбировать увеличение предложения труда в производстве товара X (трудоемкого). Таким образом, производство товара X растет, а производство товара Y падает при постоянных ценах на эти товары. На самом деле рост производства товара X происходит в большей пропорции, чем рост предложения труда, поскольку некоторое количество труда и капитала перемещаются в производство товара X из производства товара Y , т.е. наблюдается уже упоминавшийся нами эффект усиления.

2.5.3. Теорема Рыбчинского и международная торговля: возможность деиндустриализации

Каким образом можно использовать выводы теоремы Рыбчинского для анализа последствий международной торговли? Рост предложения одного из факторов производства приведет к расширению производства в определенных отраслях и, скорее всего, к росту экспорта, если товары отрасли будут пользоваться спросом на мировом рынке. Одновременно это ведет к падению производства в других отраслях, для которых данный фактор не является относительно избыточным. Вырастет потребность в импорте товаров тех отраслей, производство в которых сократилось. В отдельных случаях такое падение производства может быть разоряющим для страны, т.е. превышать положительные результаты, полученные от расширения производства и экспорта.

С такой проблемой впервые столкнулась Голландия вследствие разработки месторождений природного газа в Северном море: по мере роста его добычи промышленное производство и промышленный экспорт страны постепенно приходили в упадок, поскольку добывающий сектор Голландии, в полном соответствии с положениями теоремы Рыбчинского, оттягивал ресурсы из обрабатывающей промышленности, приводя к падению производства в ней. Такая ситуация получила в экономической литературе название «голландской болезни» или деиндустриализации. В свое время от «голландской болезни» в той или иной степени пострадали Великобритания, Норвегия, Австралия, Мексика и другие страны, где велась интенсивная разработка новых месторождений. Есть все основания полагать, что и Россия столкнулась с «голландской болезнью».

Нейтрализации негативного эффекта от роста добывающих отраслей можно добиться введением налога на добычу природных ресурсов и использованием полученных доходов для стимулирования промышленного производства в форме прямого субсидирования, налоговых льгот и т.п. Интересно здесь отметить такой факт: развитие торговли в условиях отсутствия государственного вмешательства может привести к тому, что через какое-то время потребуются реальная и очень серьезная корректировка развития отраслей, т.е. корректировка действия свободных рыночных сил, в данном случае поощрение развития обрабатывающей промышленности за счет некоторого сдерживания добывающей. Более подробно о деятельности государства в сфере внешней торговли будем говорить в главе 4.

2.6. ЭМПИРИЧЕСКИЕ ПРОВЕРКИ ТЕОРИИ ХЕКШЕРА — ОЛИНА

Привлекательной чертой теории Х — О является то, что она дает прогнозы возможной структуры торговли между странами, которые можно протестировать, используя эмпирические данные. Одна из первых проверок этой теории была проведена в 1954 г. американским экономистом российского происхождения В. Леонтьевым. Результаты этой проверки противоречили основным выводам теории Х — О, в соответствии с которыми, как мы уже знаем, страна должна экспортировать те товары, для производства которых она интенсивно использует избыточный для нее фактор производства. Результаты этого тестирования получили в экономической литературе название парадокса Леонтьева. Рассмотрим более подробно методику тестирования, его результаты и их возможные объяснения.

2.6.1. Парадокс Леонтьева

Методика тестирования. Нобелевский лауреат 1973 г. Леонтьев получил премию за анализ взаимозависимостей внутри экономической системы, и особенно производственного сектора, с использованием метода, который он назвал «затраты-выпуск». Именно этот метод и был положен им в основу эмпирической проверки теории Х — О.

Используя табличные данные «затраты-выпуск» для США за 1947 г., Леонтьев попытался протестировать гипотезу о том, что США имели сравнительное преимущество в производстве капиталоемких товаров и, следовательно, экспортировали эти товары, закупаая в обмен трудоемкие товары. Леонтьев измерил факторную интенсивность американского экспорта и факторную интенсивность американских товаров, которые являлись заменителями для импортных товаров. Причина, по которой им измерялась факторная интенсивность не самого импорта, а американских товаров, замещающих импорт, состояла в том, что информация о факторной интенсивности не могла быть получена по всем товарам, которые США импортировали, или по всем странам, откуда товары импортировались. Если факторная интенсивность этих товаров точно такая же, как и в других странах, использование замещения импорта (вместо импорта) не вызывает никаких вопросов (с точки зрения применимости такого подхода).

Фактически Леонтьев сравнил соотношение капитала и труда (K/L), необходимых для производства одной единицы американского экспорта, с таким же соотношением для американского импорта (через замещение импорта).

Результаты тестирования. Результаты Леонтьева показали, что американский импорт был более капиталоемким (примерно на 30%) по сравнению с американским экспортом, что входило в полное противоречие с выводами теории $X - O$. Парадокс Леонтьева — именно так были названы результаты этой эмпирической проверки, по-видимому, свидетельствовал о том, что теория $X - O$ неадекватно объясняет структуру и причины международной торговли. Однако сразу же стали появляться работы, где предлагались различные варианты объяснения этого парадокса.

Объяснения парадокса Леонтьева. Рассмотрим более подробно некоторые из этих объяснений. Первое было предложено самим Леонтьевым в 1956 г. Он полагал, что 1947 г. не был репрезентативным, поскольку структура торговли США все еще продолжала испытывать последствия Второй мировой войны. Однако попытки провести те же тесты для более поздних лет привели к аналогичным выводам, что опровергло это объяснение.

Второе объяснение обращало внимание на *проблему использования в тесте замещения импорта, а не самого импорта*. Если товары, импортируемые США, были произведены в других странах иными (по сравнению с США) методами, то их факторная интенсивность будет отличаться от американских, поэтому использование в проверке замещения импорта вместо самого импорта делает ее результаты несостоятельными. Вполне вероятно (особенно принимая во внимание нехватку труда в США), что товары, производимые трудоемкими методами за рубежом, производятся капиталоемкими методами в США. Эта проблема вошла в экономическую литературу под названием «реверс факторов производства» (factor-intensity reversal), который означает, что один и тот же товар может быть трудоемким в трудоизбыточной стране и капиталоемким в капиталоемкой стране. Наиболее важный вопрос здесь состоит в том, в какой степени реверс факторов производства распространен в реальной жизни. Если это обычное явление, то допущение теории $X - O$ о том, что все страны имеют одинаковую производственную функцию для одного и того же товара, не является верным, что ставит под сомнение ценность всей теории. Эмпирические исследования, проведенные Минхасом (Minhas, 1963), установили, что инверсия факторной интенсивности на самом деле имеет место, однако, по-видимому, в большинстве случаев явление реверса факторов производства не является существенным для объяснения парадокса Леонтьева.

Третье объяснение связано с *допущением теории $X - O$ об идентичности потребительских предпочтений*. Скорее всего, это допущение

не является состоятельным, по крайней мере, для американских потребителей послевоенного периода и потребителей в других странах. Вследствие более высоких доходов американцы предпочитали покупать более капиталоемкие товары, потому что считали их более высококачественными, что в целом соответствует действительности. Идентичные потребительские вкусы означают, что потребители в разных странах тратят свои доходы на различные товары примерно в одинаковых «пропорциях». Однако если исходить из того, что эластичность спроса по доходу для некоторых товаров больше единицы, а для некоторых меньше единицы, то различные уровни душевого дохода должны означать, что спрос будет смещаться в сторону товаров с высокой эластичностью в странах с высоким душевым доходом и в сторону товаров с низкой эластичностью в странах с низким душевым доходом. Если американский спрос смещался в сторону капиталоемких товаров (при допущении увеличения средних затрат вместе с увеличением выпуска, т.е. вогнутой кривой производственных возможностей), относительные цены этих товаров могли бы быть выше в США, чем в других странах, хотя США относительно лучше наделены капиталом. В этом случае США могли быть чистым импортером капиталоемких товаров.

Четвертое объяснение (именно его предпочитал сам Леонтьев) состоит в том, что *американский труд более квалифицированный, чем в других странах*. По мнению Леонтьева, можно говорить о трехкратной разнице в производительности труда между США и другими странами. В таком случае труд не может считаться относительно редким фактором производства, и тот факт, что американский экспорт оказался более трудоемким, чем капиталоемким, вряд ли можно считать парадоксальным. Основная проблема применимости такого объяснения кроется в следующем вопросе: почему более высокая производительность относится только к американскому труду? Есть все основания полагать, что американский капитал также более производителен, чем капитал в других странах. Если это так, то пропорция K / L не изменится, а предположение о том, что труд — относительно редкий ресурс для США, останется в силе, и нет никаких эмпирических доказательств для опровержения этого факта.

Пятое объяснение было основано на том, что Леонтьев не проводил различия между *человеческим и физическим капиталом*. Человеческий капитал находит свое воплощение в умении и образовании рабочей силы в той или иной стране. Если принять во внимание это допущение, то можно считать, что американский экспорт более капиталоемкий, чем его показал Леонтьев. В своей более поздней работе

Леонтьев сам обнаружил, что средний уровень квалификации рабочей силы в США выше в экспортном, чем в импортозамещающем секторе (Leontieff, 1956). Вслед за ним Кенэн (Kenen, 1965) показал, что если включать в рассмотрение человеческий капитал, то парадокс Леонтьева меняется на прямо противоположный результат. С другой стороны, Болдуин (Baldwin, 1971), используя иной метод оценки человеческого капитала, обнаружил, что в то время как включение в анализ человеческого капитала оказалось существенным для ослабления парадокса, оно оказалось недостаточным для его опровержения. Человеческий и физический капитал вряд ли являются совершенными заменителями, поэтому более разумно рассматривать человеческий капитал как отдельный фактор производства. Поскольку именно человеческий капитал, а не весь капитал в совокупности, скорее всего, является самым избыточным фактором производства в США, верный путь для эмпирической проверки состоит в измерении относительной интенсивности человеческого капитала в американском экспорте.

Шестое объяснение касается природных ресурсов, которые не включались как фактор производства в модель, предложенную Леонтьевым, поскольку сама тестируемая модель $X - O$ базируется на учете только двух факторов производства (при включении в нее третьего ресурса она становится очень сложной). Однако было подмечено, что вследствие быстрой индустриализации в США стал ощущаться относительный недостаток природных ресурсов, поэтому большая часть импортных товаров состояла из них. Таким образом, существовала вероятность, что природные ресурсы, а не только трудовые, были относительно дефицитным фактором производства для США. Следовательно, США стали экспортером как капиталоемких, так и трудоемких товаров в обмен на природные ресурсы. В своей более поздней работе Леонтьев исключил импорт некоторых природных ресурсов, которые были неконкурентными по сравнению с американским производством (т.е. они не могли бы производиться где-либо в США), и обнаружил, что парадокс исчез. Работа Ванека (Vanek, 1963) подтвердила, что американский импорт был более ресурсоемким, чем экспорт. Он также обнаружил ряд доказательств того, что капитал и природные ресурсы были комплиментарными в американском импорте, но не в экспорте. Если это так, это могло придать капиталоемкий уклон американскому импорту.

И, наконец, обсуждался тот факт, что торговые ограничения могли искажать американскую торговлю, особенно в том случае, если импортные таможенные пошлины на трудоемкий импорт были выше. Это могло бы объяснить, почему доля этих товаров в американском

импорте была небольшой. Исследование Крависа (Kravis, 1954) на самом деле обнаружило, что наиболее сильно защищенными отраслями в США были трудоемкие.

2.6.2. Другие эмпирические проверки теории Хекшера — Олина

Последующие попытки протестировать теорию Х — О, включая некоторые моменты, которые обсуждались выше, не решили полностью имеющуюся проблему. Так, Болдуин в 1971 г. показал, что если человеческий капитал включить в анализ как отдельный фактор производства, а природные ресурсы исключить, то парадокс почти исчезает, но результат не меняется на прямо противоположный. С другой стороны, используя множественный регрессионный анализ, Болдуин обнаружил, что чистый экспорт негативно связан с интенсивностью капитала, что подтверждало парадокс Леонтьева. Стерн и Маскус (Stern & Maskus, 1981) показали, что для 1958 г. парадокс сохранялся, но американский экспорт содержал в себе больше человеческого капитала, чем американский импорт. Это, однако, было преодолено в 1972 г., что можно объяснить тем, что другие страны догнали США с точки зрения образования и квалификации трудовых ресурсов. Гаврилишин (Havrilishin, 1984) пришел к выводу, что теория Х — О лучше подходит для анализа торговли с наименее развитыми странами. Это, возможно, связано с тем, что большая часть торговли этих стран ориентирована на промышленно развитые страны (ПРС), что делает явной разницу в обеспеченности факторами производства между участниками торговли. Подобные тесты были проведены и для других стран и дали такие же результаты.

2.6.3. Что дали эмпирические проверки теории Хекшера — Олина?

Какие выводы можно сделать из эмпирических проверок теории Х — О? В целом среди экономистов нет сомнений в том, что в своей простейшей форме теория Х — О не дает удовлетворительного объяснения структуры международной торговли. В лучшем случае она может быть полезна для анализа торговли между развитыми и развивающимися странами, что не удивительно, принимая во внимание тот факт, что эти страны очень сильно различаются с точки зрения обеспеченности факторами производства. Если несколько усложнить модель, включив в нее большее количество факторов производства, прежде всего отделив человеческий капитал от физического, ее ценность возрастет, особенно в отношении торговли товарами несырье-

вого происхождения. Но даже тогда результаты эмпирических проверок не подтверждают прогнозы теории $X - O$ во всех случаях. Это говорит о том, что факторы, определяющие структуру и направления международной торговли, на самом деле сложнее, чем в теории $X - O$. Главным образом теория не может объяснить торговлю между странами с примерно одинаковым набором факторов производства, находящимися на сходном уровне развития (например, торговлю между странами Западной Европы). А ведь именно торговля промышленными товарами между ПРС росла наиболее быстрыми темпами последние полвека, составляя в настоящее время около 70% от общего объема мировой торговли.

В связи с дискуссиями по поводу объяснения парадокса Леонтьева и других эмпирических проверок теории $X - O$ интересно отметить следующее. Возможно, наиболее важный результат этих дискуссий состоит не в подтверждении или опровержении парадокса, а во введении в научный оборот новых понятий, которые отражают факты реальной экономической жизни. В первую очередь речь идет о разграничении человеческого и физического капитала, что дало жизнь новому направлению в экономических исследованиях. Еще один важный результат этих дискуссий состоит в том, что в них очень четко обнаружилась несостоятельность неоклассического подхода к международной торговле в его чистом виде, т.е. основанного на допущениях, принятых в теории $X - O$. Это, в свою очередь, стимулировало как обновление этого подхода в тех же неоклассических рамках, так и появление совершенно новых теорий, которые стремились объяснить структуру и причины международной торговли с совершенно иных позиций. Так называемые альтернативные теории международной торговли (альтернативные неоклассическому подходу) мы будем рассматривать в следующей главе. Но прежде остановимся на стандартной неоклассической модели международной торговли.

2.7. СТАНДАРТНАЯ МОДЕЛЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Рассмотренная выше теория Хекшера — Олина является лишь частным случаем общей модели, которую принято называть стандартной моделью международной торговли. Эта модель базируется на основных постулатах неоклассического подхода, которые были введены в научный оборот в первой половине XX в. и до сих пор являются актуальными при проведении экономических исследований.

2.7.1. Неоклассические теории международной торговли и неоклассическая экономическая теория

В теории международной экономики к неоклассическим моделям международной торговли принято относить теорию соотношения факторов производства Хекшера — Олина, включающую теоремы Хекшера — Олина, Хекшера — Олина — Самуэльсона, Столпера — Самуэльсона, Рыбчинского, а также стандартную модель международной торговли и теорию общего равновесия международной торговли. Почему все эти модели относятся к неоклассическим? Причин этого несколько. Во-первых, все эти модели используют инструментарий неоклассической экономической теории в целом, т.е. маржиналистский подход к экономическому анализу, сложившийся на рубеже XIX—XX вв. Термин «неоклассический» можно и нужно понимать как «обновление» классики в лице Смита, Рикардо и Милля в смысле развития и усовершенствования основ классической политической экономии. Создатели неоклассической теории Дж. Б. Кларк, Ф.И. Эджуорт, И. Фишер, А. Маршалл, В. Парето, Л. Вальрас и К. Виксельс использовали предельный анализ (концепции предельной полезности и предельной производительности) для изучения ценообразования на конкурентных рынках товаров, услуг и факторов производства. Они подчеркивали, что рыночные цены товаров и факторов производства связаны с их редкостью. В частности, они исследовали возможность существования такого набора рыночных цен, который бы гарантировал равенство спроса и предложения на всех рынках. Идея находящейся в равновесии экономики совершенной конкуренции, заслуга разработки которой в основном принадлежит Вальрасу, является центральной в неоклассической теории. Отличительной чертой неоклассической теории является также микроэкономический подход к описанию экономики. Другой чертой, отличающей этот подход как от классической, так и от кейнсианской экономической теории, является выведение цены товара из рационального максимизирующего поведения индивида. Неоклассическая теория ценности стала, по существу, теорией аллокации ограниченных ресурсов в статичной экономике. Неоклассическая экономическая школа исходит из того, что рыночные силы стремятся к поддержанию полной занятости. Это полностью противоречит кейнсианскому утверждению о том, что вынужденная безработица может существовать, несмотря на действие рыночных сил. Расцвет неоклассической теории международной торговли приходится на начало и середину XX в., когда сложилась и получила повсеместное распространение модель общего равновесия международной торговли, построенная на неоклассических постулатах.

Интересно отметить, что в большинстве учебников по международной экономике неоклассический подход к международной торговле остается преобладающим, несмотря на то, что экономистами различных школ и направлений предложены альтернативные (иногда очень оригинальные) подходы к объяснению структуры международной торговли

2.7.2. Инструменты неоклассического анализа международной торговли

Основной вклад в формирование неоклассического подхода к анализу международной торговли внесли Г. Хаберлер, Ф. Эджуорт, А. Маршалл и другие. В стандартной модели широко используются такие инструменты микроэкономического анализа, как кривые производственных возможностей (для оценки имеющихся в стране ограниченных факторов производства) и общественные кривые безразличия (для характеристики вкусов и предпочтений населения той или иной торгующей страны). Неоклассическая идея рыночного равновесия предстает здесь в форме установления относительной равновесной мировой цены в результате взаимодействия мирового относительного спроса и мирового относительного предложения на торгуемый товар в условиях совершенного рынка. При определении спроса и предложения используются понятия предельного уровня замещения и предельного уровня трансформации, что является отражением подхода неоклассиков к экономическим явлениям с точки зрения предельного анализа. Спрос в стандартной модели выводится из рационального поведения потребителей, максимизирующих полезность экономических благ, что также характерно для неоклассической школы. Рассмотрим основные элементы стандартной модели международной торговли более подробно.

2.7.3. Граница производственных возможностей при возрастающих альтернативных издержках

Во второй главе мы уже сталкивались с понятием альтернативных издержек в связи с объяснением на их основе закона сравнительного преимущества Рикардо. Однако мы не проводили различия между постоянными и возрастающими альтернативными издержками, которое было введено в экономический анализ Хаберлером. В своей книге «Теория международной торговли и ее использование в коммерческой политике» (1936) он показал, что альтернативные издержки не являются постоянной величиной, как это было принято в классической рикарданской модели.

Возрастающие альтернативные издержки. Для подавляющего большинства отраслей экономики характерны не постоянные, а возрастающие альтернативные издержки, когда затраты производства растут вместе с расширением выпуска продукции. Основная причина существования возрастающих альтернативных издержек состоит в том, что для производства различных товаров используются факторы производства в неодинаковых пропорциях. Так, при рассмотрении теории Хекшера — Олина мы оперировали такими понятиями, как трудоемкие и капиталоемкие товары, т.е. товары с различным соотношением труда и капитала. Однако более глубокой причиной роста затрат вместе с ростом производства является то, что ресурсы, используемые в определенной отрасли, могут быть специфичными именно для этого сектора, и их использование в других секторах затруднено. Это верно и для труда, и для капитала и означает, что факторы производства не являются гомогенными. Например, место, подходящее для строительства фабрики по производству одежды, может быть непригодно для выращивания зерна. Подобным же образом оборудование, используемое в сельском хозяйстве, однозначно не подходит для использования в промышленности. Из этого следует, что ресурсы не могут автоматически, «без потерь» переключаться с одной отрасли на другую. Наоборот, при расширении производства одного товара, например, товара X , необходимо будет отказываться от производства все большего количества другого товара — товара Y . В этом и состоит смысл возрастающих альтернативных издержек, в данном случае альтернативных издержек производства товара X .

Форма кривой производственных возможностей при возрастающих альтернативных издержках. Возрастающим альтернативным издержкам (по сравнению с постоянными) соответствует иная форма границы производственных возможностей страны. Теперь это не прямая линия, а кривая, вогнутая по отношению к началу координат (рис. 2.9).

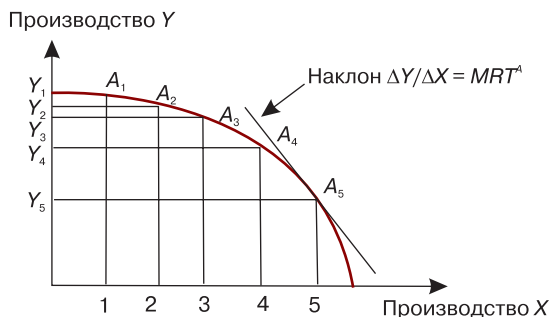


Рис. 2.9. Граница производственных возможностей страны при возрастающих альтернативных издержках

На рисунке 2.9 видно, что при движении вдоль границы производственных возможностей из точки $A_{1\text{к}}$ в точку A_5 для увеличения производства товара X на одну единицу требуется отказ от производства все большего количества товара Y , т.е. $\Delta Y (Y_2 - Y_1; Y_3 - Y_2; Y_4 - Y_3; Y_5 - Y_4)$ постоянно возрастает. Это и означает, что возрастают альтернативные издержки производства товара X .

2.7.4. Предельная норма трансформации

По мере того, как страна перемещается от одной точки на кривой производственных возможностей к другой (из точки $A_{1\text{в}}$ в точку A_5), она перемещает свои ресурсы из производства товара Y в производство товара X . Поэтому эта кривая часто называется кривой трансформации. Норма, в соответствии с которой один товар «трансформируется» в другой в результате этого процесса перемещения ресурсов, называется *предельной нормой трансформации* — MRT (marginal rate of transformation). В нашем примере она может быть измерена как количество единиц товара Y , которыми надо пожертвовать, чтобы произвести одну дополнительную единицу товара X (движение вниз по кривой от $A_{1\text{к}}$ к A_5). В любой точке на кривой MRT будет равняться углу наклона касательной к кривой в этой точке. Так, касательная к границе производственных возможностей в точке A_5 измеряет MRT товара X в единицах товара Y в точке A_5 . Чем круче кривая, тем от большего количества товара Y надо отказаться, чтобы произвести одну дополнительную единицу товара X (т.е. тем выше MRT товара X). Чем более пологой является кривая трансформации, тем ниже MRT товара X в единицах товара Y . Из этого следует, что предельная норма трансформации есть не что иное, как альтернативная стоимость производства товара.

Итак, говоря о границе производственных возможностей, мы фактически говорили о *предложении товаров* торгующими или начинающими торговать странами. Теперь надо ввести переменную спроса, и мы это сделаем через кривые безразличия.

2.7.5. Кривые безразличия

Граница производственных возможностей дает нам информацию о возможностях производства различных комбинаций товаров X и Y при имеющихся ресурсах (факторах производства) и применяемой технологии. Для того чтобы определить конкретную точку производства на кривой производственных возможностей, необходимо принять во внимание вкусы или предпочтения потребителей в стране, например, в стране A , которые и будут влиять на формирование кривой

спроса. Мы полагаем, что уровень удовлетворения или полезности для жителей страны A зависит от количества товаров X и Y , которые доступны для потребления, и что выбранная точка производства будет максимизировать полезность. Графическая интерпретация этой идеи представлена в виде кривых безразличия (рис. 2.10), на которых показываются все возможные комбинации товаров X и Y , которые приносят равное удовлетворение.

Основные свойства кривых безразличия:

- кривые безразличия имеют нисходящий наклон;
- кривые безразличия выпуклы по отношению к началу координат;
- кривые безразличия никогда не пересекаются.

1. Более высокие кривые безразличия соответствуют большему удовлетворению и более высокому уровню полезности и, следовательно, предпочтительнее для потребителя, чем более низкие кривые безразличия (т.е. кривая U_2^A , безусловно, означает для потребителя более высокий уровень удовлетворения потребностей, нежели кривая U_0^A).

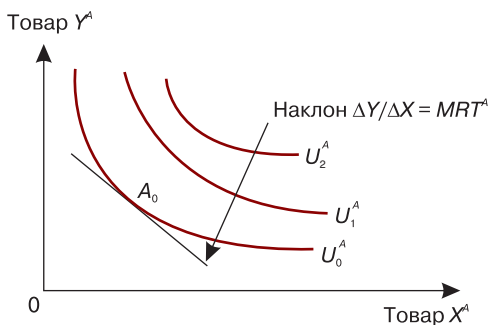


Рис. 2.10. Кривые безразличия

Предельная норма замещения. Наклон кривой безразличия представляет собой соотношение, в соответствии с которым жители в стране A готовы потреблять соответствующие количества товара X и товара Y . Этот показатель называется *предельной нормой замещения* — MRS (marginal rate of substitution). Предельная норма замещения товара X товаром Y в потреблении относится к количеству товара Y , от потребления которого страна должна отказаться, чтобы потребить дополнительную единицу товара X и остаться на той же самой кривой безразличия. Предельная норма замещения отражает (абсолютный) наклон общественной кривой безразличия в точке потребления и уменьша-

ется по мере того, как страна продвигается вниз (вправо) по своей кривой безразличия. Уменьшение предельной нормы замещения или абсолютного наклона кривой безразличия означает, что чем больше товара X и меньше товара Y потребляет страна, тем более ценным для нее является единица товара Y по сравнению с товаром X . Следовательно, страна должна отказываться от все меньшего количества товара Y , чтобы потребить еще одну единицу товара Y . Таким образом, предельная норма замещения — это лишь другое определение альтернативной стоимости товаров.

Сложности перехода от индивидуальных к общественным кривым безразличия. Впервые идея кривых безразличия была предложена английским экономистом Ф. Эджуортом в 1881 г. в книге «Математическая психология», затем она была использована В. Парето при исследовании оптимальных условий обмена; впоследствии разработкой кривых безразличия занимались многие экономисты, в частности Е.Е. Слуцкий, Р. Аллен, Д.Р. Хикс и другие. Первоначально кривые безразличия применялись для анализа вкусов и предпочтений отдельного индивида. В моделях международной торговли мы используем не индивидуальные, а общественные кривые безразличия, поскольку нам необходимо представить вкусы и предпочтения всех жителей страны в совокупности.

В целом общественные кривые безразличия аналогичны индивидуальным кривым безразличия, однако переход в анализе от вторых к первым сталкивается с серьезными трудностями, которые связаны в первую очередь с особенностями распределения дохода среди жителей страны. Международная торговля, как мы знаем, ведет к увеличению благосостояния страны, повышению ее дохода. Однако распределение этого дохода происходит неравномерно: одни группы населения выигрывают больше, чем другие, а некоторые группы вообще оказываются в абсолютном проигрыше. Это означает, что «новая» общественная кривая безразличия, соответствующая возросшему доходу страны, может пересекаться со «старой» кривой, что противоречит основным свойствам кривых безразличия. Мы можем преодолеть эту трудность, сделав довольно жесткое предположение о том, что все жители страны в равной степени наделены факторами производства, их вкусы и предпочтения совпадают, и, следовательно, возросшие доходы распределяются равномерно. В этом случае все индивидуальные кривые безразличия совпадут с общественной кривой безразличия. Несмотря на то что это допущение весьма далеко от реальности, оно является абсолютно необходимым, поскольку только при таких условиях можно получить непересекающиеся общественные кривые безразличия.

В любом случае, когда большее количество товаров становится доступным для распределения, вполне вероятно, что выиграют каждый из потребителей.

Итак, мы выяснили, что предложение и спрос на товары X и Y в нашей гипотетической стране A определяются границей производственных возможностей и общественной кривой безразличия соответственно. Теперь можно перейти к анализу равновесия сначала в условиях отсутствия торговли, а затем в условиях после начала международной торговли, т.е. построить стандартную модель международной торговли.

2.7.6. Равновесие в условиях автаркии

Достижение равновесия подразумевает установление равновесной цены в результате взаимодействия спроса и предложения. В условиях отсутствия торговли страна находится в равновесии, когда она достигает наивысшей из всех имеющихся общественных кривых безразличия, которые возможны при данной границе производственных возможностей. Это происходит в точке, где общественная кривая безразличия (спрос на товары X и Y) касается границы производственных возможностей страны (предложение товаров X и Y). В условиях отсутствия торговли возможности потребления в стране полностью ограничены возможностями производства. Потребители выберут тот набор потребления, который лежит на самой высокой кривой безразличия, таким образом максимизируя полезность в пределах имеющихся ресурсов. Графическая иллюстрация ситуации равновесия в условиях автаркии представлена на рис. 2.11.

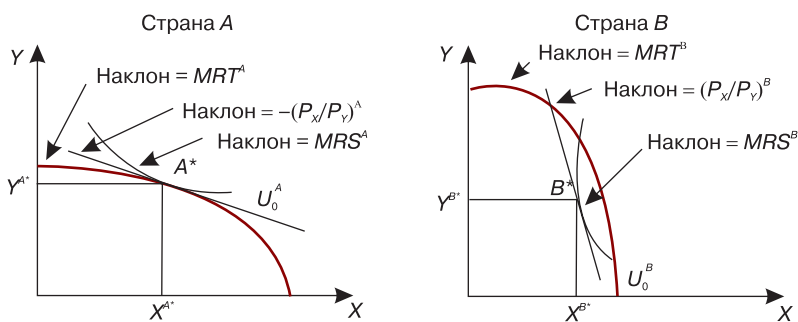


Рис. 2.11. Стандартная модель: равновесие в условиях автаркии

Страна A находится в равновесии или максимизирует свое благосостояние в условиях отсутствия торговли, когда производит и потреб-

ляет в точке A^* (X^{A^*} , Y^{A^*}), где ее граница производственных возможностей имеет точку касания с общественной кривой безразличия U_0^A (самой высокой из всех возможных). В условиях равновесия альтернативная стоимость товара X в единицах товара Y выражается (абсолютным) наклоном границы производственных возможностей в точке A^* . Поскольку для всех рынков характерна совершенная конкуренция, относительная цена товара X равняется его альтернативной стоимости и также выражается (абсолютным) наклоном границы производственных возможностей в точке A^* . Следовательно, при автаркическом равновесии: $MRT^A = MRS^A = - (PX / PY)^A$. Аналогичным образом определяется точка равновесия B^* и относительная цена товара X в стране B в условиях отсутствия торговли.

В неоклассической модели страна имеет сравнительное преимущество в производстве определенного товара, если относительная цена этого товара (или его альтернативная стоимость) ниже, чем в другой стране. В нашем случае страна A имеет сравнительное преимущество в производстве товара X , поскольку его относительная цена в стране A меньше, чем в стране B : $(PX / PY)^A < (PX / PY)^B$. Графически страна A имеет относительное преимущество в производстве товара X , если линия относительных цен (или наклон касательной) является более пологой, чем у страны B . Одновременно страна B имеет сравнительное преимущество в производстве товара Y . Итак, общий наклон кривых производственных возможностей и общественных кривых безразличия в точке касания определяет относительную цену внутреннего равновесия в обеих странах и отражает сравнительное преимущество каждой из стран. Из этого следует, что страны могут выигрывать от взаимной торговли, если страна A начнет специализироваться на товаре своего сравнительного преимущества (товаре X) и экспортировать его в страну B в обмен на товар сравнительного преимущества страны B (товар Y).

Прежде чем перейти к анализу равновесия в условиях торговли, сделаем ряд замечаний. Сравнительное преимущество, как мы знаем, представляет собой расширение концепции альтернативной стоимости. Однако в стандартной модели с возрастающими альтернативными издержками сравнительное преимущество традиционно определяется через сравнение автаркических относительных цен, а не через сравнение альтернативных издержек напрямую, как это делалось в рикардианской модели при постоянных издержках замещения. Такой прием применяется потому, что при возрастающих издержках альтернативная стоимость постоянно меняется по мере скольжения по кривой производственных возможностей. Используя

автаркические относительные цены, мы указываем, в какой именно точке на границе производственных возможностей мы сравниваем альтернативные издержки. В этом заключается весьма важное различие между моделями с постоянными и возрастающими альтернативными издержками.

2.7.7. Равновесие в условиях торговли

Производственная специализация стран на товарах сравнительного преимущества будет продолжаться до тех пор, пока не уравниваются альтернативные издержки или относительные цены товаров X и Y в обеих странах. Но по какой же именно цене будет происходить обмен между странами A и B и какова будет равновесная цена взаимной торговли? Точка равновесия (или равновесные условия торговли) будет находиться там, где количество товара X , которое страна A хочет экспортировать, будет равняться количеству товара X , которое страна B хочет импортировать, а количество товара Y , которое страна B хочет экспортировать, будет равняться количеству товара Y , которое страна A хочет импортировать. Никакая другая относительная цена не могла бы существовать, потому что торговля стала бы несбалансированной, и равновесие нарушилось.

Рассмотрим графическую иллюстрацию равновесных условий международной торговли (рис. 2.12). Начиная с точки A^* (точки равновесия в условиях автаркии) страна A , специализируясь на товаре X , продвигается вниз по своей границе производственных возможностей, при этом альтернативная стоимость товара X возрастает (ведь мы рассматриваем случай возрастающих издержек замещения). Одновременно страна B начинает специализацию на товаре Y и продвигается вверх по своей кривой производственных возможностей от точки B^* (точки равновесия в условиях автаркии). В результате этих процессов альтернативная стоимость товара X в стране A увеличивается, а в стране B уменьшается; одновременно уменьшается альтернативная стоимость товара Y в стране A и увеличивается в стране B .

Процесс специализации идет до тех пор, пока относительные цены товаров в странах A и B не уравниваются, т.е. пока не станет одинаковым наклон их кривых производственных возможностей, отражающий теперь относительные равновесные цены международной торговли или относительные условия международной торговли. Эти условия будут находиться где-то в промежутке между доторговыми относительными ценами в странах A и B .

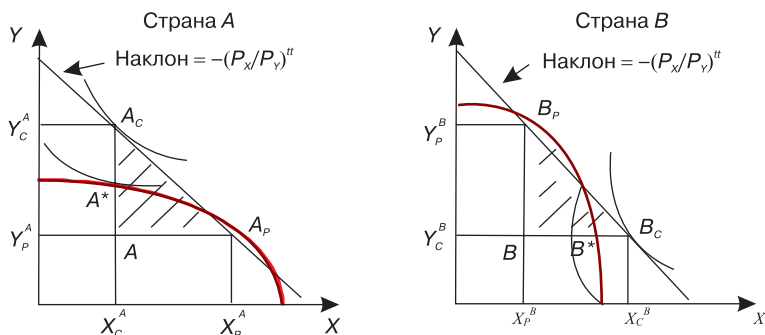


Рис. 2.12. Стандартная модель: равновесие в условиях торговли (при возрастающих издержках)

На нашем рис. 2.12 страна *A* перенесет производство из точки A^* в точку AP (индекс *P* означает производство), а страна *B* — из точки B^* в точку BP . Строго говоря, эта точка выбирается произвольно, но именно в этой точке относительная цена товара *X* в стране *A* уравнивается с относительной ценой товара *Y* в стране *B*, и дальнейшая специализация становится невыгодной. На рисунке 2.12 эта общая относительная цена товара *X* показана касательной к границам производственных возможностей стран *A* и *B* с наклоном $= -(PX / PY)^w$. Страна *A* производит в точке AP , экспортирует $(X_P^A - X_C^A)$ единиц товара *X* в страну *B* и импортирует $(Y_C^A - Y_P^A)$ единиц товара *Y* из страны *B*. Страна *B* импортирует $(X_C^B - X_P^B)$ единиц товара *X* из страны *A* в обмен на экспорт в страну *A* $(Y_P^B - Y_C^B)$. На рисунке 2.12 это представлено равными торговыми треугольниками AA_CAP и BB_PBC . В результате обе страны выигрывают от торговли, перемещаясь на более высокие общественные кривые безразличия и максимизируя полезность. Это точки потребления AC и BC соответственно в странах *A* и *B*.

2.7.8. Неполная специализация в условиях возрастающих издержек

Существует одно принципиальное различие между моделями торговли при постоянных и при возрастающих издержках, которое касается степени специализации страны на производстве товара своего сравнительного преимущества. При постоянных издержках происходит полная специализация обеих стран, т.е. они производят в конечном итоге только один товар. Напротив, для случая возрастающих издержек характерна неполная специализация в обеих странах. То есть страна *A* специализируется на товаре *X* и экспортирует его в страну *B*,

но одновременно продолжает производить и товар Y для внутреннего потребления. Причина этого состоит в том, что, специализируясь на товаре X и расширяя его производство, страна A сталкивается с увеличением его альтернативной стоимости и одновременным уменьшением альтернативной стоимости товара Y , который не является товаром сравнительного преимущества страны A . По мере того как страны развивают специализацию на товарах своего сравнительного преимущества, относительные цены на эти товары сближаются до тех пор, пока не станут равными. С этого момента для обеих стран становится невыгодно далее расширять производство товара своего сравнительного преимущества за счет сокращения производства другого товара. Поэтому страны остаются в состоянии неполной специализации, выгодной для обеих.

2.7.9. Выгоды от торговли

Итак, в стандартной модели международной торговли обе страны получают выгоды от торговли. Напомним, что в теории международной экономики выгоды от торговли принято определять как повышение благосостояния страны в результате торговли по сравнению с ситуацией автаркии. Выгоды страны от торговли могут быть разбиты на две составляющих: выгоды от обмена и выгоды от специализации.

Выгоды от обмена и выгоды от специализации. Выгоды от обмена — это повышение благосостояния страны вследствие того, что она вступила в свободную торговлю с другими странами. В этом случае не меняется структура производства, которая сложилась в стране в условиях автаркии. Однако вместо того чтобы потреблять все произведенные товары внутри, страна начинает продавать часть их на внешнем рынке своему торговому партнеру. Например, страна A даже после начала торговли со страной B не специализируется на товаре X (по каким-либо причинам) и производит в соответствии со своей автаркической структурой производства. Но мировая относительная цена на товар X выше, чем относительная цена на этот товар в стране A , поэтому страна A может получать выгоды от обмена, не изменяя структуру своего производства, а просто выводя на мировой рынок определенное количество товара X . Получается, что у страны A есть некоторый ценовой запас и до начала специализации. Потребление в этом случае возрастет.

Выгоды от специализации — это повышение благосостояния страны вследствие того, что в результате торговли она постепенно изменила структуру производства и начала специализироваться на товаре своего сравнительного преимущества, поставляя его в возросших объемах на

мировой рынок в обмен на товар, в производстве которого она не обладает сравнительным преимуществом. Если страна A начнет специализацию на товаре своего сравнительного преимущества — товаре X , то изменится точка ее производства на кривой производственных возможностей. Обменивая уже большее количество товара X на товар Y , страна увеличит свое потребление. Проиллюстрируем графически возможность получения выгод от обмена и выгод от специализации для страны A (рис. 2.13).

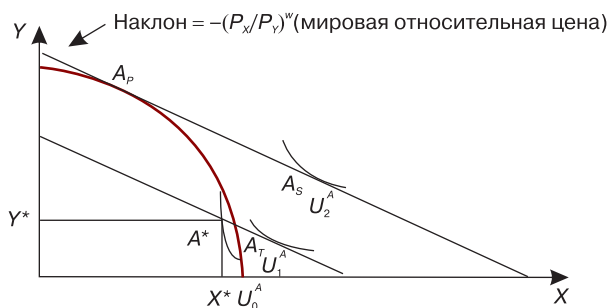


Рис. 2.13. Выгоды от обмена и выгоды от специализации

Итак, мы закончили рассмотрение стандартной модели международной торговли. В этой модели международные условия торговли, как уже было указано выше, определяются методом «проб и ошибок», т.е. «пробуются» различные относительные цены, пока не найдется та, при которой торговля будет сбалансированной. Существует более строгий теоретический путь определения относительной цены равновесия в условиях торговли. Но здесь необходимо использование либо кривых спроса и предложения на каждый товар, либо так называемых «кривых взаимного спроса». Мы рассмотрим этот метод в следующем разделе, где представлена модель общего равновесия международной торговли.

2.8. МОДЕЛЬ ОБЩЕГО РАВНОВЕСИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Прежде чем говорить о модели общего равновесия, рассмотрим, как устанавливаются равновесные цены на торгуемые товары в рамках анализа частичного равновесия. Вспомним, что анализ с позиций общего равновесия — это анализ состояния баланса экономики в це-

лом, в которой рынки всех товаров и услуг одновременно находятся в равновесии. В противоположность этому анализ частичного равновесия имеет дело с равновесием только на одном рынке. Анализ международной торговли с позиций частичного равновесия мы будем проводить, используя технику кривых спроса и предложения, а в анализе общего равновесия будем использовать технику кривых взаимного спроса.

2.8.1. Частичное равновесие международной торговли

На рисунке 2.14 показано, каким образом устанавливаются относительные равновесные цены на товар X в рамках анализа частичного равновесия. По оси ординат отложена относительная цена товара X , так как торговля между странами осуществляется в форме бартера. Это значит, что цена единицы товара X выражена определенным количеством товара Y в натуральном выражении. По оси абсцисс измеряются объемы производства товара X . На рисунке 2.14, на графиках (а) и (с), представлено соотношение спроса и предложения на товар X в странах A и B до начала торговли, а на графике (b) — окончательная цена равновесия, по которой и будет осуществляться обмен товаром X между странами A и B . Относительные цены равновесия на товар X в странах A и B в условиях автаркии установлены на различных уровнях: P_1 и P_3 соответственно.

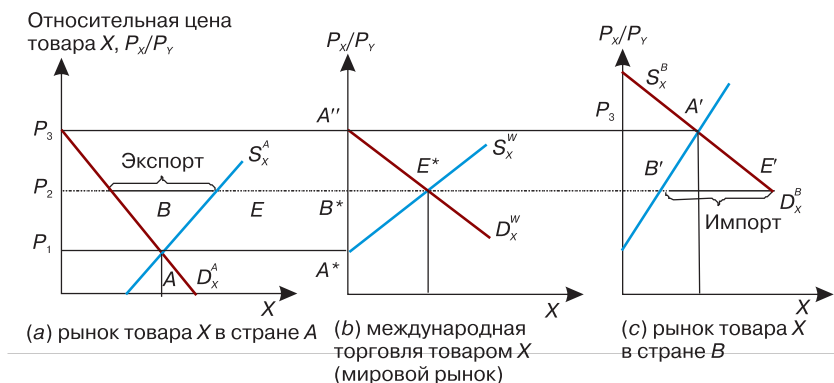


Рис. 2.14. Частичное равновесие в международной торговле товаром X

После начала торговли начнет формироваться единая мировая цена товара X , она будет располагаться где-то между P_1 и P_3 (при ус-

ловии, что обе страны большие). При всех ценах, превышающих P_1 , страна A будет производить больше, чем она сможет потребить, и сможет экспортировать соответствующее количество товара X . С другой стороны, при всех ценах, меньших, чем P_3 , страна B будет потреблять большее количество товара X по сравнению с тем, что она сама производит, и, следовательно, будет предъявлять спрос на импорт X . При относительной цене товара X на уровне $P_X / P_Y = P_2$ размер экспорта товара X из страны A будет равняться импорту этого товара в страну B : $BE = B'E'$. P_2 — это относительная равновесная цена товара X в условиях торговли или равновесная цена товара X на мировом рынке. Естественно также, что в рамках всей мировой системы баланс экспорта и импорта между двумя отдельными странами может и отсутствовать.

2.8.2. Кривые взаимного предложения в торговле

Цель анализа кривых взаимного предложения. Вспомним из раздела о равновесии в условиях торговли (стандартная модель), что равновесные условия торговли между двумя странами A и B должны удовлетворять двум условиям:

1) условия торговли или относительные цены должны располагаться между двумя автаркическими ценами равновесия в рассматриваемых странах, или $(PX / PY)^A (PX / PY)^W < (PX / PY)^B$, если страна A имеет сравнительное преимущество в производстве товара X , а страна B — в производстве товара Y ;

2) количество товара, которое одна страна хочет импортировать, должно в точности равняться количеству того же товара, которое другая страна хочет экспортировать (частичное равновесие). В стандартной модели международной торговли мы пробным путем обнаружили такие равновесные условия международной торговли.

Модель общего равновесия с использованием техники кривых взаимного предложения позволяет дать более четкое и ясное объяснение, каким образом определяются условия торговли между странами, а также, что очень удобно, представить информацию, относящуюся к странам A и B , на одном графике (ранее мы делали это на двух графиках, см. рис. 2.12).

Понятие кривых взаимного предложения. Кривая взаимного предложения — это кривая, которая показывает, какое количество товара одна страна может предложить для обмена с другой страной при каждой конкретной относительной цене (или в конкретных условиях торговли). Как следует из этого определения, кривые взаимного предложения включают в себя элементы как спроса, так и предложения.

Например, кривая предложения страны *A* дает ответ на вопрос: при каждой конкретной альтернативной цене товаров *X* и *Y*, какое количество каждого товара страна захочет экспортировать и импортировать? Аналогично в отношении страны *B*.

Для каждой относительной цены кривая взаимного предложения показывает, от какого количества своего экспортного товара страна готова отказаться, чтобы получить в обмен определенное количество импортного товара. Следовательно, кривая взаимного предложения объединяет в себе информацию кривой спроса на импортный товар и кривой предложения экспортного товара, иначе говоря, карты кривых безразличия (спрос на товар) и границы производственных возможностей (предложение товара). Кривая взаимного предложения — это, таким образом, одновременно и кривая спроса, и кривая предложения.

Авторы идеи кривых взаимного предложения. В разработку идеи кривых взаимного предложения внесли вклад сразу несколько ученых. В главе 1 (параграф 1.6) мы рассматривали концепцию взаимного спроса, предложенную Миллем в 40-х гг. XIX в. в целях определения соотношения, в соответствии с которым страны будут обмениваться товарами на мировом рынке. Подход Милля был использован английскими экономистами Маршаллом и Эджуортом, которые на рубеже XX в. ввели в научный оборот понятие кривых взаимного предложения (offer curves), которые иногда также называют кривыми взаимного спроса (reciprocal demand curves). Альфред Маршалл (1923) усовершенствовал эту модель анализа, четко определив пропорцию обмена, при которой можно будет достичь ситуации равновесия. Эджуорт предложил графический метод, который иллюстрировал явление взаимного спроса. Работа Маршалла и Эджуорта впоследствии была продолжена еще одним английским экономистом — Дж. Мидом. Он формально вывел кривые взаимного предложения из границы производственных возможностей страны, карты кривых безразличия и различных гипотетических относительных цен на товары, при которых торговля могла бы иметь место. Кстати, в 1977 г. Мид разделил Нобелевскую премию по экономике с Б. Олином за исследование движения капиталов в мировой торговле. Стоит отметить, что кривые взаимного спроса очень широко используются в теории международной экономики, особенно в учебно-методических целях.

Графическая иллюстрация кривых взаимного предложения. При помощи кривой взаимного предложения можно показать графически спрос одной страны на товар другой страны. На рисунке 2.15 экспортные товары страны *A* откладываются по оси ординат, а экспортные

товары страны B — по оси абсцисс. Любая точка на кривой страны A или на кривой страны B показывает то количество экспортного товара, которое страна готова предложить для получения определенного количества импортного товара.

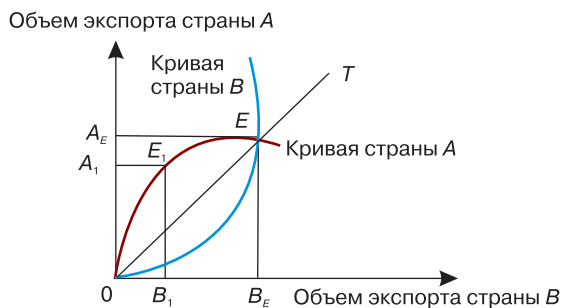


Рис. 2.15. Кривые взаимного предложения для стран A и B

Например, в точке E_1 на кривой страны A эта страна предлагает OA_1 своих товаров для приобретения OB_1 товаров страны B . Эта точка является точкой неравновесия, поскольку OA_1 не равно OB_1 , т.е. экспорт страны A отличается по объему от экспорта страны B . И только в одной точке количество товаров, которое страна B готова предложить, равно нужному стране A количеству, а количество, которое готова предложить страна A , равно количеству, нужному стране B . Такой точкой является точка E , где кривые взаимного предложения пересекаются и устанавливаются равновесные условия торговли, определяемые углом наклона прямой OT . Поскольку OA_E товаров страны A обменивается на OB_E товаров страны B , то условия торговли для страны A будут равны соотношению OB_E / OA_E , а для страны B — OA_E / OB_E .

2.9. ВЫВОДЫ

1. Дальнейшая разработка теории сравнительного преимущества Рикардо велась в рамках неоклассического подхода. Теория, которая связала развитие международной торговли с различиями в наделенности стран факторами производства, получила название теории соотношения факторов производства или теории Хекшера — Олина, по именам двух шведских ученых, которые в начале XX в. впервые предложили этот подход. Суть подхода Хекшера — Олина состоит в том, что они объясняли различия в сравнительных преимуществах (а сле-

довательно, и в сравнительных издержках, и в относительных ценах) различиями в обеспеченности стран факторами производства и различиями в пропорциях факторов, необходимых для производства тех или иных товаров. Теория Хекшера — Олина — это общая модель для анализа международной торговли с неоклассических позиций, которая объединяет несколько взаимосвязанных теорем: теорему Хекшера — Олина, теорему Хекшера — Олина — Самуэльсона, теорему Столпера — Самуэльсона и теорему Рыбчинского.

2. Теорема Хекшера — Олина ($X - O$) является важнейшей составляющей теории Хекшера — Олина. Теорема $X - O$ построена на использовании понятий фактороинтенсивности и факторонасыщенности: насыщенность относится к обеспеченности, наделенности страны факторами производства, а интенсивность — к использованию в производстве товаров таких факторов, как капитал и труд. В соответствии с теоремой $X - O$ «страна будет экспортировать товар, для производства которого требуется интенсивное использование относительно избыточного (и дешевого) для этой страны фактора производства, и импортировать товар, для производства которого требуется интенсивное использование относительно дефицитного (и дорогого) для этой страны фактора производства». Из всех возможных причин различия в сравнительных преимуществах стран (и относительных ценах на товары) теорема $X - O$ выделяет разницу в относительной обеспеченности стран факторами производства как основную причину международной торговли, в результате которой происходит выравнивание относительных цен на торгуемые товары, растут возможности потребления в стране и уровень ее благосостояния.

3. Теорема выравнивания цен на факторы производства является логическим следствием теоремы $X - O$. Впервые эту теорему строго доказал американский экономист П. Самуэльсон, поэтому ее иногда называют теоремой Хекшера — Олина — Самуэльсона ($X - O - C$). Поскольку международная торговля выравнивает относительные цены на торгуемые товары, возникает вопрос: возможно ли, чтобы такое выравнивание оказывало обратное воздействие на цены факторов производства, которые использовались в торгующих странах для производства этих товаров? В своих статьях 1948 и 1949 г. Самуэльсон дал положительный ответ на этот вопрос. В его формулировке теорема звучит следующим образом: «Международная торговля товарами приводит к выравниванию различий между странами в абсолютных и относительных ценах на гомогенные факторы производства». Это означает, что при строгом соблюдении всех допущений теории $X - O$ в результате международной торговли выравниваются цены на гомо-

генные факторы производства, которые использовались в производстве торгуемых товаров.

4. В соответствии с теоремой $X - O - C$ выравниваются факторные цены, однако это происходит не вследствие мобильности производственных ресурсов, а в результате международной торговли товарами. Впервые этот факт был замечен Р. Манделлом, который дал ему следующее объяснение: «Международная торговля оказывает точно такое же воздействие на факторные цены, как и реальное перемещение факторов производства между отдельными странами, и в этом смысле выступает как субститут международной мобильности производственных ресурсов». Движение товаров может заместить и замещает международное движение факторов производства, поскольку готовые товары содержат их в себе, хотя и в различной степени. Из теоремы $X - O - C$ следует, что полное уравнивание цен на факторы производства в торгующих странах с различной наделенностью ими происходит лишь в том случае, если соблюдены все допущения модели $X - O$. На практике, однако, такого никогда не происходит. Более того, если бы факторные цены полностью уравнились, основа для любой торговли между странами исчезла бы!

5. В результате международной торговли происходит изменение цен на торгуемые товары, причем это изменение цен оказывает влияние на цены факторов производства, с использованием которых эти товары были произведены. Данная взаимосвязь была впервые продемонстрирована В. Столпером и П. Самуэльсоном в их совместной статье 1941 г. Выявленная ими зависимость считается одной из важнейших в теории международной торговли, и по имени авторов ее называют теоремой Столпера — Самуэльсона. В своей самой общей форме теорема утверждает, что при соответствующих допущениях модели изменение цены товара изменяет цену интенсивно используемого в производстве этого товара фактора производства, в том же самом направлении и более чем пропорционально. Так, в частности, увеличение относительной цены товара увеличивает реальную цену (прибыльность или отдачу) фактора производства, интенсивно используемого в производстве этого товара, и уменьшает реальную цену (прибыльность или отдачу) другого фактора. Упор здесь делается на то, что факторные цены изменяются пропорционально и в большей пропорции, чем цены товаров. Этот эффект получил название эффекта усиления Джонса, по имени американского ученого, который в своей статье 1965 г. впервые дал четкое алгебраическое обоснование этого факта. Теорема Столпера — Самуэльсона подчеркивает взаимосвязь между ценами выпускаемых товаров и факторными ценами внутри каждой

из торгующих стран, в то время как теорема $X - O - C$ рассматривала взаимосвязь между относительными ценами факторов производства в торгующих странах.

6. Теорема Рыбчинского также входит в «пакет» теорем неоклассической теории $X - O$. Автором этой теоремы является Т. Рыбчинский, который в статье 1955 г. показал, каким образом увеличение предложения одного из факторов производства влияет на выпуск тех товаров, в которых используется этот фактор. Теорема может быть сформулирована следующим образом: в условиях неизменных цен рост предложения одного из факторов производства приводит к увеличению производства того товара, в котором этот фактор используется наиболее интенсивно, и к сокращению производства того товара, в котором другой фактор производства используется наиболее интенсивно. Как и в случае теоремы Столпера — Самуэльсона, теорема Рыбчинского включает в себя эффект усиления: изменение в предложении фактора производства вызывает непропорциональное изменение объемов выпуска товаров. Теорема также обладает большой практической значимостью. С ее помощью можно объяснить, каким образом расширение в стране одного из производств может «оттянуть» на себя имеющиеся ресурсы, что приведет к застою в других отраслях и может быть разоряющим для страны. С такой проблемой впервые столкнулась Голландия вследствие разработки месторождений природного газа в Северном море: по мере роста его добычи промышленное производство и промышленный экспорт страны постепенно приходили в упадок, поскольку добывающий сектор Голландии, в полном соответствии с положениями теоремы Рыбчинского, оттягивал ресурсы из обрабатывающей промышленности, приводя к падению производства в ней. Такая ситуация получила в экономической литературе название «голландской болезни», или деиндустриализации.

7. Привлекательной чертой теории $X - O$ является то, что она дает прогнозы возможной структуры торговли между странами, которые можно протестировать, используя эмпирические данные. Одна из первых проверок этой теории была проведена в 1954 г. американским экономистом В. Леонтьевым на данных американского экспорта и импорта. Результаты Леонтьева показали, что американский импорт был более капиталоемким (примерно на 30%) по сравнению с американским экспортом. Это означало, что, по-видимому, теория $X - O$ неадекватно объясняет структуру и причины международной торговли. Результаты этого тестирования получили в экономической литературе название парадокса Леонтьева. Последующие попытки протестировать теорию $X - O$ в целом подтвердили результаты Леонтьева:

в своей простейшей форме теория $X - O$ не дает удовлетворительного объяснения структуры международной торговли. В лучшем случае она может быть полезна для анализа торговли между развитыми и развивающимися странами, что не удивительно, принимая во внимание тот факт, что эти страны очень сильно различаются с точки зрения обеспеченности факторами производства.

8. Теория Хекшера — Олина является лишь частным случаем общей модели, которую принято называть стандартной моделью международной торговли. Эта модель базируется на основных постулатах и инструментарии неоклассического подхода к международной торговле, важнейший вклад в формирование которого внесли Г. Хаберлер, Ф. Эджуорт, А. Маршалл и другие. В стандартной модели используются инструменты микроэкономического анализа: кривые производственных возможностей и общественные кривые безразличия. Неоклассическая идея рыночного равновесия предстает здесь в форме установления относительной равновесной мировой цены в результате взаимодействия мирового относительного спроса и мирового относительного предложения на торгуемый товар. При определении спроса и предложения используются понятия предельного уровня замещения и предельного уровня трансформации. Спрос в стандартной модели выводится из рационального поведения потребителей, максимизирующих полезность экономических благ. Обе страны получают выгоды от торговли, которые принято определять как повышение благосостояния страны в результате торговли по сравнению с ситуацией автаркии. Выгоды страны от торговли могут быть разбиты на две составляющих: выгоды от обмена и выгоды от специализации.

9. Модель общего равновесия с использованием техники кривых взаимного предложения позволяет дать более четкое и ясное объяснение, каким образом определяются условия торговли (равновесная цена обмена) между странами. В разработку идеи кривых взаимного предложения внесли вклад сразу несколько ученых. В главе 2 мы рассматривали концепцию взаимного спроса, предложенную Дж.С. Миллем в 1840-х гг. в целях определения соотношения, в соответствии с которым страны будут обмениваться товарами на мировом рынке. Подход Милля был использован английскими экономистами Маршаллом и Эджуортом, которые на рубеже XX в. ввели в научный оборот понятие кривых взаимного предложения, которые иногда также называют кривыми взаимного спроса. Работа Маршалла и Эджуорта впоследствии была продолжена еще одним английским экономистом — Дж. Мидом. Он формально вывел кривые взаимного предложения из границы производственных возможностей страны, карты

кривых безразличия и различных гипотетических относительных цен на товары, при которых торговля могла бы иметь место. Модель общего равновесия торговли предоставляет отличные возможности для анализа. Она показывает условия производства (или предложение) в двух странах, вкусы или предпочтения спроса, точку производства и потребления в условиях автаркии, относительные цены равновесия в условиях отсутствия торговли, сравнительное преимущество каждой из стран. Она также показывает степень специализации производства в условиях торговли, объем торговли, условия торговли, выгоды от торговли и распределение этих выгод между партнерами по торговле.

Ключевые термины к главе 2

Теория Хекшера — Олина	Возрастающие издержки замещения
Факторная интенсивность	Предельная норма трансформации
Трудоемкий (трудоемкий)	Общественные кривые безразличия
товар	
Капиталоемкий (капиталоемкий)	Предельный уровень замещения
товар	
Коэффициент капиталоемкости	Общее равновесие
Коэффициент трудоемкости	Частичное равновесие
Факторонасыщенность	Стандартная модель международной торговли
	Модель общего равновесия международной торговли
Теорема Хекшера — Олина	Выгоды от торговли
Теорема Хекшера — Олина — Самуэльсона	
Теорема Столпера — Самуэльсона	Выгоды от обмена
Эффект усиления Джонса	Выгоды от специализации
Теорема Рыбчинского	Кривые взаимного предложения (спроса)
Парадокс Леонтьева	Условия торговли

Вопросы и задания для повторения и обсуждения к главе 2

1. Дайте четкие формулировки теорем Хекшера — Олина, Хекшера — Олина — Самуэльсона, Столпера — Самуэльсона и Рыбчинского.
2. Президент малой страны заявляет: «Для того чтобы получать выгоды от свободной торговли, страна должна обладать сравнительным преимуществом в производстве какого-либо товара. Но при этом мы не можем конкурировать с таким гигантом, как США, которые имеют сравнительные преимущества в производстве всех товаров». Прав ли президент?
3. Министр торговли малой страны говорит: «Если ваша страна крупная и высокоразвитая, то, безусловно, она будет поддерживать политику свободной торговли. Но наша страна маленькая и слабо развитая. Нам тре-

буется больше ресурсов, для того чтобы произвести одну единицу любого товара, по сравнению с другими странами. Следовательно, для нас свободная торговля — неприемлемая политика». Прав ли министр торговли?

4. Назовите два источника выгод от торговли. Каким образом международная торговля позволяет странам увеличивать свое благосостояние?
5. Как вы думаете, что произойдет с ценами на факторы производства на мировом рынке, если в результате энергетического кризиса стоимость морской перевозки транспортных грузов увеличится в три раза?
6. Объясните, почему концепция факторной интенсивности является важной для понимания теории Хекшера — Олина.
7. Объясните, что такое условия торговли. Что означает улучшение условий торговли страны? Какое влияние это оказывает на благосостояние страны?
8. В чем отличие условий частичного и общего равновесия на рынке?
9. Каким образом кривые взаимного предложения используются в модели общего равновесия для того, чтобы показать относительную цену товара на мировом рынке?
10. Что такое человеческий капитал? Каким образом эта концепция помогает объяснить парадокс Леонтьева?

ГЛАВА 3

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

3.1. ВВЕДЕНИЕ

В этой главе мы будем рассматривать альтернативные теории международной торговли. Сразу встает вопрос: каким теориям предлагается альтернатива и почему? До середины XX в. анализ международной торговли проводился в рамках неоклассической концепции сравнительного преимущества, которая до определенного момента давала хорошие результаты как с точки зрения объяснения структуры товарных потоков, так и с точки зрения предсказания будущих тенденций. Однако когда с начала 1950-х гг. ограниченность неоклассического подхода к объяснению международной торговли стала очевидной, стали появляться новые, альтернативные неоклассическим модели, которые пытались объяснить особенности современной торговли с новых, «нестандартных» позиций. Альтернативные подходы предлагались как средство преодоления трудностей, с которыми столкнулась неоклассическая парадигма. Эти трудности можно кратко охарактеризовать следующим образом. Во-первых, эмпирические проверки моделей, в рамках теории соотношения факторов производства Хекшера — Олина, не всегда подтверждали обоснованность этой теории (об этом мы говорили в предыдущей главе). Во-вторых, некоторые допущения, на которых строилась неоклассическая теория международной торговли, вошли в явное противоречие с действительностью и нуждались в существенной корректировке. В-третьих, что самое важное, неоклассические модели были уже не в состоянии адекватно объяснить складывающиеся реальные тенденции международной торговли. Так, в соответствии с неоклассическим подходом международная торговля базируется на разнице в обеспеченности стран различными факторами производства. В действительности же к началу 1950-х гг. значительная часть торговли происходила не между развивающимися и развитыми странами (как предполагала теория Хекшера — Олина), а между развитыми странами. Кроме того, страны во все большей степени торговали не дифференцированными, а аналогичными товарами, что также не вписывалось в неоклассическую трактовку международной торговли.

Преодоление этих трудностей пошло по пути ослабления некоторых допущений теоретического анализа и построения на новом базисе альтернативных концепций — технологических теорий международной торговли, моделей международной торговли в условиях эффекта масштаба и несовершенной конкуренции, моделей внутриотраслевой торговли, пересекающегося спроса и пр. Изучению этих альтернативных теорий мы и посвятим настоящую главу.

3.2. ОСЛАБЛЕНИЕ ДОПУЩЕНИЙ ТЕОРИИ ХЕКШЕРА — ОЛИНА И АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Различные модели, в рамках теории Хекшера — Олина, строились на сходных допущениях, которые мы достаточно подробно рассматривали в главе 2 (подпараграф 2.2.2). Напомним важнейшие из этих предположений: постоянный эффект масштаба и совершенная конкуренция на всех товарных и факторных рынках, идентичная технология, применяемая странами при производстве товаров, идентичные вкусы и предпочтения потребителей в торгующих странах, отсутствие международной мобильности факторов производства, отсутствие транспортных издержек и протекционистских барьеров, а также полное и оптимальное использование ресурсов. Безусловно, такие допущения не отражают реальности: на самом деле фирмы стараются работать в условиях возрастающего эффекта масштаба, ситуация на мировых рынках далека от совершенной конкуренции, компании разных стран используют различную и, что еще более важно, постоянно изменяющуюся технологию, мобильность капитала и трудовых ресурсов неуклонно возрастает, не говоря уже о том, что транспортные издержки и таможенно-тарифные барьеры значительно увеличивают цену экспортного товара и т.д.

Теперь нам необходимо проследить, к каким теоретическим результатам может привести ослабление указанных выше допущений. Забегая несколько вперед, отметим, что в некоторых случаях это приводит лишь к модификации, своеобразному обновлению неоклассического подхода, а в некоторых — к появлению абсолютно новых подходов и концепций. Именно последним мы и уделим здесь особое внимание.

Так, ослабление допущения об идентичной технологии и введение в анализ предпосылки о возможности технологических изменений привело к появлению динамических технологических концепций международной торговли: теории технологического разрыва Познера,

теории жизненного цикла товара Вернона и др. Признание того факта, что эффект масштаба производства в условиях несовершенных рынков может стать базисом для внешней торговли стран, стимулировало появление моделей международной торговли в условиях несовершенной конкуренции, в частности модели Кругмана о торговле в условиях монополистической конкуренции. Значительная часть теоретических усилий была направлена также на объяснение совершенно нового феномена — внутриотраслевой торговли, которая развивалась очень быстрыми темпами и никак не могла быть объяснена с неоклассических позиций. Теории внутриотраслевой торговли предполагают учет эффекта масштаба и дифференцированность товаров, а не их гомогенность, как в неоклассической модели. Введение в анализ сходства предпочтений потребителей в различных странах привело к появлению теории пересекающегося спроса Линдера. Рассмотрим более детально основные из этих новых, альтернативных теорий.

3.3. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Одним из недостатков неоклассической теории являются преимущественно статические рамки анализа международной торговли. Предполагается, что страны обладают постоянным, не изменяющимся объемом того или иного фактора производства и что избыточность или дефицит этого фактора является для страны заранее заданной характеристикой. Отсюда следует, что структура торговли, специализация страны и ее сравнительные преимущества не изменяются. Кроме того, что еще более важно, при этом практически полностью игнорируется влияние технологических изменений на торговлю и специализацию.

3.3.1. Значение технологических изменений для международной торговли

Технологические изменения находятся в самом сердце экономического роста и развития. Еще Й. Шумпетер (1943) отмечал, что «мощный импульс, который запускает и поддерживает в движении мотор капитализма, исходит из новых потребительских товаров, новых методов производства и транспортировки, новых рынков, новых сил промышленной организации, которые создает капиталистическое предприятие». Технологические изменения — это основной и постоянный

«нарушитель» сравнительного преимущества, движущая сила структурных изменений в производстве, а следовательно, и в международной торговле, в первую очередь между индустриальными странами, которые являются ведущими мировыми инноваторами. Технологические изменения в долгосрочном периоде не могут давать какой-либо стране источник сравнительного преимущества в определенном товаре или виде деятельности, потому что в результате международной диффузии технология, которой обладает страна-инноватор, становится доступной и для других стран. Существует множество конкретных примеров, показывающих, что технология, процесс ее создания и международной диффузии оказывает сильное влияние на структуру торговли. Например, в начале довоенного периода США обладали мощным сравнительным преимуществом в определенных отраслях обрабатывающей промышленности, что было следствием их технологического превосходства. Другие страны были не в состоянии немедленно имитировать продукцию американских производителей, а также обеспечить соответствие американским производственным методам и издержкам. Но в конечном итоге большая часть этих технологических знаний стала доступна большинству стран. Производители в других странах либо покупали идеи у первоначального инноватора, либо же просто успешно копировали их, когда они становились широко известны. В то же время, по мере того как американские компании основывали дочерние компании и филиалы в других странах, множество новых идей передавались в другие части света. В некоторых отраслях, в результате этого процесса, США потеряли свое первоначальное сравнительное преимущество и стали чистым импортером соответствующих товаров. Явления и факты подобного рода стимулировали разработку теорий международной торговли, в которых основное место отводилось бы технологическим изменениям и которые в противовес неоклассическим смогли бы не только объяснить сложившуюся к 1960-м гг. структуру международной торговли, но и предсказать ее тренды на последующие десятилетия.

Инновации и расходы на НИОКР. Для технологического подхода к торговле ключевым является вопрос: что вызывает инновации, почему одни страны являются «производителями» инноваций, а другие довольствуются лишь их использованием? Безусловно, удача или случайность играют определенную роль, но должны существовать и системные факторы. Поскольку развитие технологий — это управляемый, а не стихийный процесс, то важно понять, почему некоторые страны тратят больше на научно-исследовательские и опытно-кон-

структурские разработки (НИОКР), чем другие. Отметим, что расходы на НИОКР (в английском варианте R&D — research and development) являются основным показателем инновационного потенциала фирмы или страны, который в конечном итоге отражается в разработке новых товаров или процессов, основанных на новейших технологиях. Затраты на НИОКР в различных странах могут зависеть от ряда факторов. Во-первых, могут различаться институциональные структуры. Например, хорошо разработанные патентные законы могут поощрять НИОКР; положительное воздействие оказывают и налоговые льготы. Во-вторых, страна может быть в изобилии наделена факторами, способствующими НИОКР, — это ученые, инженеры, необходимое оборудование, сбережения для финансирования этой деятельности. Наличие квалифицированной рабочей силы, подходящей для производства новых технологичных товаров, является результатом более ранних решений об инвестициях в образование и тесно связано с наличием в стране соответствующего человеческого капитала.

В-третьих, инноваторы нуждаются в рынке для своих новых товаров. Они должны знать, чего хочет рынок и каковы институциональные условия для предложения и продажи этих товаров. Рынок также должен быть большим и емким, поскольку новые товары, как правило, дорогие, и инноваторы должны быть уверены, что их товары купят. Эта уверенность должна быть у них перед началом инвестиций. Все эти моменты говорят о том, что богатые индустриальные страны являются по преимуществу инноваторами.

Несмотря на исключительную важность инноваций в процессе экономического развития стран, работы по теории международной торговли, где технологические изменения стали бы основным элементом анализа, не появлялись вплоть до конца 1950-х — начала 1960-х гг. Хотя технологические факторы принимались во внимание Крависом (Kravis, 1956), более детально они были проанализированы в работах Познера (Posner, 1961) и Хафбауера (Hufbauer, 1966). Балок (Balough, 1963) расширил рамки этих исследований, включив в анализ торговлю между развитыми и слаборазвитыми странами. Он также изучал влияние торговли, объясняемой с точки зрения технологических факторов, на благосостояние. Опираясь на эту работу, Вернон разработал теорию, которая не только подчеркивала роль межстрановых технологических различий в определении торговых потоков, но также предложил объяснение, как эти потоки могут изменяться с течением времени, т.е. предпринял попытку разработки динамической теории международной торговли.

3.3.2. М. Познер: торговля, основанная на технологическом разрыве

Одним из первых экономистов, поднявших вопрос о том, каким образом технологические изменения могут влиять на взаимную торговлю стран, был американец М. Познер. В своей работе «Международная торговля и технические изменения» (1961) Познер предложил модель международной торговли, которая не претендовала на замену или отрицание традиционной теории Х — О, а лишь на ее расширение. Основная идея подхода Познера состояла в том, что центральное место в определении структуры торговли отводилось технологиям.

Допущения теории Познера. В качестве допущений своей теории Познер принял то, что все отрасли существуют во всех странах, равно как и факторы производства, которые распределяются между странами в равных пропорциях. Однако различия в технологических знаниях или know-how могут привести и приводят к тому, что используются разные технологии производства и производятся разные продукты в одних и тех же отраслях в различных странах. Теория Познера также предполагала нулевые тарифы и транспортные издержки, идентичные вкусы потребителей, фиксированные обменные курсы, стабильный рост экономики и полную занятость. Как мы видим, большинство из этих предпосылок совпадают с допущениями теории Х — О. Исключения составляют «лишь» производственные функции, которые различаются вследствие использования разных технологий.

Временные лаги и развитие международной торговли. Как формируется структура международной торговли в соответствии с моделью Познера? Товары с более низкими издержками, вследствие применения новых технологий, разрабатываются и выводятся на рынок, потому что это дает квазимонопольную прибыль фирме, которая первой поставила этот товар на рынок. Эта квазимонопольная прибыль (или преимущество в производстве товара) может извлекаться до тех пор, пока новый продукт или процесс не будет имитирован (повторен) конкурентами, причем не только на внутреннем, но и на внешнем рынке. Однако для имитации товара необходимо определенное время, временной лаг (time lag), в течение которого произойдет диффузия технологий в другие страны.

Познер выделял два типа временных лагов в распространении знаний / технологий. *Первый тип* — это лаг со стороны спроса или ответный лаг (demand or reaction lag), т.е. временной период, необходимый для того, чтобы потребители «ответили», т.е. предъявили спрос на новый товар. Чем быстрее будет реакция потребителей, тем быстрее будет расти экспорт этого товара и тем больше производителей в других странах будут вынуждены реагировать на конкуренцию, которую

породила данная инновация. *Второй тип* — это имитационный лаг (imitation lag), т.е. временной период, необходимый иностранным производителям для имитации деятельности фирмы-инноватора. Это будет частично зависеть от степени защиты новации при помощи патента (или патентного законодательства) в стране производителя и за ее пределами. Существование таких временных лагов приводит к росту торговли, основанной на технологическом разрыве, которая называется так потому, что существует временной лаг в диффузии технологических знаний от производителя-инноватора до производителей в других странах. Познер подчеркивал, что по мере того, как будут развиваться новые производственные и технологические процессы, производственные функции стран будут различаться. Это положение, как мы уже отмечали, нарушает важнейшее допущение подхода $X - O$.

Лидерство США в международной торговле: графическая иллюстрация технологического разрыва. Разрабатывая свою теорию, Познер, безусловно, имел в виду США — страну, которая в 1950-е гг. в полной мере использовала преимущества от владения передовыми технологиями. Познер рассматривал случай, когда американский производитель «обнаруживал» новый и более дешевый метод производства определенного товара. Конкретная инновация давала США временные преимущества в издержках производства этого товара. Поскольку знания о том, как производить товар дешевле, лишь постепенно становятся доступными другим странам, США могут держать временное технологическое превосходство в течение определенного периода времени. Рисунок 3.1 иллюстрирует природу торговли, основанной на технологическом разрыве или технологическом превосходстве одной страны.

Рисунок 3.1 состоит из двух графиков — верхнего и нижнего, которые тесно связаны между собой. На оси X обоих графиков показаны временные периоды: $0 - t_0$, $t_0 - t_1$ и $t_1 - t_2$. На осях Y откладывается объем производства Q на верхнем графике и экспорт и импорт (X и M , соответственно) на нижнем графике. Вначале США являются чистым импортером товара (M_0), хотя в стране и производится определенное количество этого товара (Q_0). Открытие нового метода производства товара происходит в период $0 - t_0$. Производство постепенно расширяется, импорт падает, и в конечном итоге страна становится чистым экспортером этого товара, начиная с t_1 .

Временной лаг спроса или реакции потребителей будет определять, насколько быстро расширяется экспорт в период $t_0 - t_2$, когда инновация копируется другими производителями. По мере того как расширяется копирование, производство этого товара в США падает (t_2 и далее), и экспорт сокращается. В конечном итоге производство может вообще сойти на нет, и США превратятся в чистого импортера

данного товара. С другой стороны, производители в США в состоянии осуществлять другие инновации, восстанавливая свое технологическое превосходство и стимулируя новый виток торговли, основанной на технологическом отрыве. Это иллюстрируется штриховыми линиями на том же рисунке. Длительность имитационного лага определяет, насколько большим будет рост экспорта, являющегося результатом инноваций. Чем длиннее лаг, тем выше пик, которого экспорт может достичь в периоде t_2 .

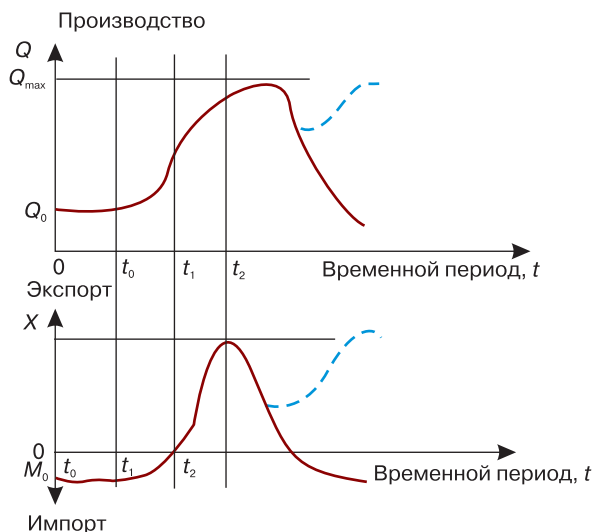


Рис. 3.1. Международная торговля, основанная на технологическом разрыве между странами

Значение теории Познера. Итак, теория Познера — это динамическое развитие идеи сравнительных преимуществ страны, которыми она обладает и которые использует для ведения выгодной торговли. В соответствии с теорией X — O сравнительные преимущества зависят от имеющихся у страны факторов производства и степени их использования в производстве экспортных и импортных товаров. Познер же полагал, что основой торговли могут быть не только данные или имеющиеся у страны преимущества, но и приобретенные в результате различных событий, например, вследствие ускоренного развития науки, ее приоритетного финансирования, импорта интеллектуальных трудовых ресурсов из-за рубежа и пр. Временные сравнительные преимущества в обладании знаниями, воплощенными в производство, позволяют стране снижать издержки производства и таким образом

выигрывать конкурентную борьбу на внешних рынках. В наибольшей степени теория Познера применима для объяснения торговли между развитыми странами, т.е. странами, которые способны не только выступать в роли технологического лидера, но и достаточно быстро имитировать новые товары с низкими издержками производства.

В последующие годы подход Познера был несколько расширена другими экономистами. Балок (1963) исследовал взаимосвязь между неравными (с точки зрения обладания технологиями) партнерами более детально и пришел к выводу, что однажды, утратив свой динамизм — степень или скорость введения инноваций, страна может навсегда остаться в положении следующего за технологическим лидером или попасть в порочный круг технологического отставания. Такая ситуация сложилась, например, в послевоенной Великобритании. Низкие темпы роста английской экономики препятствовали разработке и внедрению инноваций, что вынуждало страну наращивать импорт технологичных товаров. Возникающий в результате этих процессов дефицит торгового баланса негативным образом влиял на инвестиции, еще больше снижая возможности для роста и инноваций. В результате Британия начала отставать от своих конкурентов, которые, в свою очередь, базируясь на положительном сальдо торгового баланса, поднимали доходы и темпы экономического роста, внедряли инновации, стимулируя экспорт и т.д. «по кругу».

Другие авторы, в частности Греммен и Валлаберг (1986), подчеркивали, что страна-инноватор может оказаться не в состоянии поддерживать свое положение технологического лидера. Лидирующая страна может получить преимущество, выбросив на рынок новый технологический товар или процесс, но затем потерять это преимущество, если ее конкуренты улучшат этот товар. Так что первоначально лидирующая страна в результате окажется как бы связанной со своим оригинальным, но теперь уже устаревшим товаром или процессом. Более того, лидер не обязательно сможет удерживать свое технологическое преимущество по мере того, как другие страны будут направлять достаточно ресурсов на НИОКР. Примером может служить расширяющийся уровень инноваций в Европе и в Японии по сравнению с США.

3.3.3. Р. Вернон: жизненный цикл товара и международная торговля

Еще одна динамическая теория торговли была разработана американским экономистом Р. Верноном. В своей классической статье 1966 г. «Международные инвестиции и международная торговля в жизненном цикле товара» Вернон предложил использовать микроэкономическую концепцию жизненного цикла товара для объяснения

такого макроэкономического явления, как зарубежная активность американских МНК в послевоенный период. Здесь сразу следует сделать несколько замечаний. Очень часто в учебной и научной литературе концепция Вернона рассматривается в контексте влияния технологических разрывов и жизненного цикла товара на международную торговлю. Однако это не совсем так. Как следует уже из названия статьи, цели Вернона были несколько шире. Он стремился получить ответы на следующие вопросы: где скорее всего возникают новые идеи и технологии для создания новых продуктов? Где скорее всего начинается производство новых товаров? Какие обстоятельства ведут к экспорту этих товаров и размещению их производства за рубежом? Какие это имеет последствия для потоков международной торговли и международных инвестиций? Опираясь на эмпирический материал о зарубежной деятельности американских фирм в послевоенный период, Вернон предложил простую и оригинальную модель, которая в течение многих лет была одной из наиболее популярных и влиятельных теорий, где факторы, определяющие международную торговлю и международное производство, рассматривались в комплексе.

Этапы жизненного цикла товара по Вернону¹. Как известно, рыночная жизнь товаров включает несколько периодов, которые получили название «жизненный цикл товара» (product life cycle). Вернон выделял три фазы в жизненном цикле товара, которые на рис. 3.2 рассматриваются применительно к США, другим развитым странам и развивающимся странам. На оси *X* показаны временные периоды, соответствующие стадиям цикла, а на вертикальных осях *Y* — объемы производства, потребления, экспорта и импорта товара в определенный момент времени.

Стадия нового товара (The new product stage). В течение этой фазы все производство расположено в стране-инноваторе — США. На это есть несколько причин. Во-первых, подавляющая часть производства должна быть рассчитана на местный рынок. Первоначально, по мере того, как новые товары разрабатываются и выводятся на рынок, существует значительная неопределенность относительно их производства и пригодности для рынка. Эти проблемы можно решить, имея гибкую производственную структуру и близость к потребителю для осуществления эффективной обратной связи, а это может дать только внутренний рынок. Вместе с тем постепенно начинает развиваться экспорт. Во-вторых, производитель будет стремиться находиться как

¹ Иногда в учебной литературе выделяется пять фаз жизненного цикла товара. Мы приводим здесь оригинальную трактовку концепции Вернона, какой она была представлена в статье 1966 г.

можно ближе к потребителю, чтобы получать от него любую информацию о товаре и вносить необходимые изменения для адаптации товара к рынку. В-третьих, в течение первых лет жизни товара спрос на него неэластичен по цене, отражая тот факт, что инноватор сталкивается с очень незначительной конкуренцией, если вообще сталкивается. Патентные законы будут защищать инноватора от копирования его продукта конкурентами. Это означает, что более высокие затраты, связанные с размещением производства в своей стране, могут быть переложены на потребителя. Страна-инноватор является монопольным производителем нового товара.

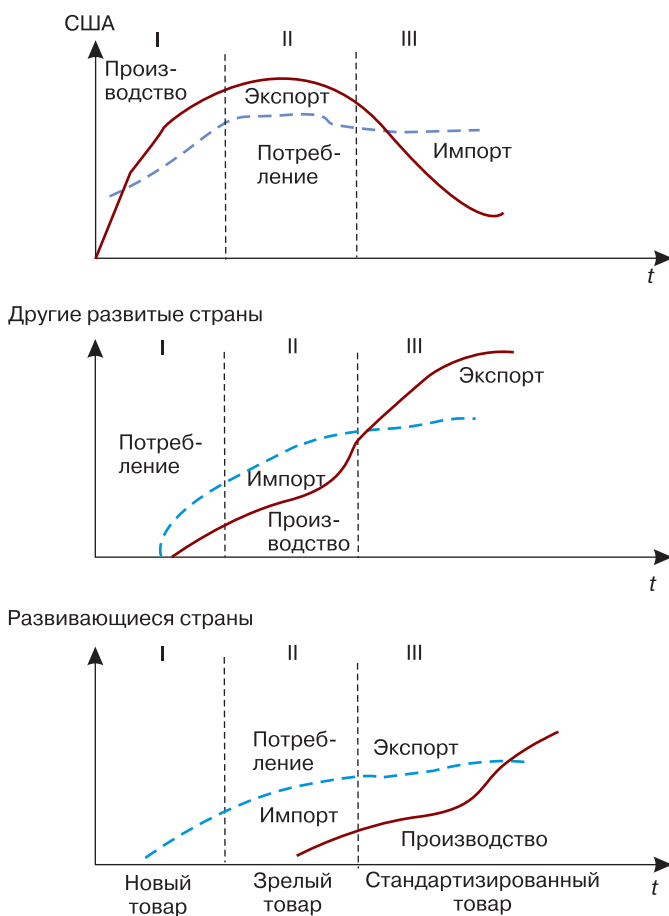


Рис. 3.2. Модель жизненного цикла товара и международная торговля

Стадия зрелости товара (The maturing product stage). К тому времени, когда товар достигнет стадии зрелости, конкуренция, с которой сталкивается инноватор на внутреннем и внешнем рынке, возрастет. Срок патентной защиты истечет, и товар будет имитироваться производителями из других стран. Спрос станет более эластичным по цене, т.е. производитель должен будет изыскивать пути снижения издержек. В то же время более высокая доля выпуска товара будет экспортироваться на зарубежные рынки, в основном на рынки развитых стран. Следовательно, фирма-инноватор сочтет для себя выгодным размещать производство для снабжения внешнего рынка за рубежом, устраняя таким образом транспортные затраты и преодолевая любые тарифные и нетарифные барьеры, устанавливаемые страной-импортером. В результате экспорт товара из страны-инноватора начнет сокращаться и даже падать.

Стадия стандартизации (Standardization stage). К тому времени, когда товар достигнет стадии стандартизации, спрос на этот товар станет высокоэластичным по цене. Это значит, что ценовая конкуренция будет очень интенсивной. Поэтому будут выигрывать те продавцы, которые найдут возможности для размещения производства в местах с более низкими издержками. В результате производство в стране-инноваторе начнет сокращаться. Экспорт из страны-инноватора также сократится либо прекратится совсем, импорт будет увеличиваться до тех пор, пока страна-инноватор не станет чистым импортером этого товара. Диффузия технологии, стандартизация и более низкие затраты за рубежом завершают жизненный цикл товара. Страна-инноватор сосредотачивает усилия на разработке и выводе на рынок нового товара.

Кто и почему выступает в роли страны-инноватора и страны-имитатора? Как мы видим, жизненный цикл товара начинается с разработки и вывода на рынок нового изделия, производство которого подразумевает использование новых технологий. Как и Познер с Хафбауэром (см. ниже), Вернон предсказывал, что подавляющее большинство товарных инноваций будет происходить из богатых стран с высоким уровнем заработной платы, поскольку именно здесь имеются для этого благоприятные условия. С одной стороны, высокий уровень заработной платы поощряет производителей разрабатывать товары, которые экономят рабочее время. С другой стороны, в этих странах имеется емкий рынок для сложных, технологичных, а следовательно, и дорогих товаров. Кроме того, быстрый спрос на новые товары создает среду, чрезвычайно благоприятную для инноваций. Наличие большого количества высококвалифицированных ученых и инженеров также способствует инновациям. Исходя из реальной ситуации, сложившейся

в мировой послевоенной экономике, на роль лидера Вернон справедливо выдвинул США, которые обладали мощным производственным и финансовым, а также квалифицированным трудовым потенциалом и которые были одной из немногих развитых стран, не подвергшихся разрушениям во время Второй мировой войны.

Роль стран-имитаторов отводилась другим развитым, а также развивающимся странам. По мере того как новая технология становится достаточно распространенной, а товары, произведенные с ее помощью, вступают в стадию стандартизации, она часто легко перемещается в страны с более низкими трудовыми издержками. Создание отрасли обычно влечет за собой высокие стартовые издержки, развитие специализированных процессов, обучение персонала и т.д. Но когда технология осваивается, начинают прилагаться усилия по ее стандартизации с целью удешевления. Как только технология становится стандартизированной, отпадает необходимость использовать дорогую, высококвалифицированную рабочую силу или специальные производственные процессы. Поэтому издержки производства постепенно падают. По достижении этой стадии — стадии стандартизации — трансферт технологии в страны с низкими трудовыми издержками становится относительно легким.

В то время как теория технологического разрыва подчеркивает важность временного лага в процессе имитации товара, модель жизненного цикла товара делает упор на процесс стандартизации. В соответствии с этими моделями ожидается, что наиболее высокоразвитые индустриальные страны будут экспортировать нестандартизованные товары, произведенные при помощи новых и более продвинутых технологий, и импортировать произведенные при помощи устаревших или менее продвинутых.

Соотношение теории Вернона с действительностью. Эта теория, безусловно, отличается (или, по крайней мере, отличалась) очень высокой степенью достоверности. Один из наиболее показательных примеров — это случай с производством полупроводников. Полупроводники или транзисторы были изобретены в США, но в течение 1950—1960-х гг. их производство распространилось в Западную Европу и Японию. Столкнувшись с возрастающей конкуренцией производителей из развитых стран, США начали перемещать производство в развивающиеся страны, и с течением времени страны Юго-Восточной Азии стали основными производителями полупроводников. Страны с высоким уровнем заработной платы, возможно, сначала теряют, а затем восстанавливают свое относительное преимущество в определенном товаре по мере того, как новая волна инноваций восстанавливает их былое

технологическое превосходство. Так, развитие кремниевых (силиконовых) чипов восстановило лидерство США в производстве полупроводников перед тем, как технологическое преимущество снова переместилось в развивающиеся страны.

Теория Вернона как передача сравнительного преимущества. Как соотносится модель Вернона с теорией сравнительных преимуществ? На этот вопрос сложно ответить однозначно. Сам Вернон в указанной статье 1966 г. отмечал, что «аналитические инструменты модели Х — О неудовлетворительны», что можно считать концептуальным отходом от неоклассической парадигмы. С другой стороны, торговлю с позиций жизненного цикла товара легко объяснить в контексте этой парадигмы. Сравнительное преимущество в подходе Вернона приобретает динамический характер; в соответствии с фазами жизненного цикла товара оно перемещается из страны-инноватора к странам-имитаторам по мере того, как стандартизируется новый товар. Факторы, необходимые для производства товара, изменяются с течением времени. Торговля здесь основывается на обладании новой технологией, которую можно рассматривать как комплекс избыточных факторов производства, состоящих из высококвалифицированного труда и затрат на НИОКР. Вернон показал, что в этом подходе относительные трудовые затраты играют ключевую роль в определении сравнительного преимущества. Более того, следует ожидать, что обнаруженное сравнительное преимущество будет постоянно изменяться с течением времени, поскольку страны с высокими затратами ориентируют свое производство на новые технологии. По мере того как производство перемещается в страны с более дешевой рабочей силой, сравнительное преимущество для такого производства перемещается из индустриальных в менее развитые страны. Поэтому с определенной точки зрения модель жизненного цикла товара можно рассматривать не как альтернативную концепцию международной торговли, а как своеобразное расширение базовой модели Х — О, где статическое сравнительное преимущество трансформируется в динамическое.

Значение теории Вернона. Одна из привлекательных черт этой теории состоит в том, что она дает нам динамическую модель торговли, в которой товарная структура торговли изменяется с течением времени по мере того, как товары проходят различные стадии своего жизненного цикла. Как и в случае с теорией технологического разрыва, страна может эффективно использовать сравнительное преимущество в течение определенного периода времени, потому что она владеет ноу-хау, пока недоступными для производителей в других странах. Однако в отличие от теории технологического разрыва теория жиз-

ненного цикла товара включает в себя и процесс прямых иностранных инвестиций как элемент общего динамического процесса. В этом случае технология передается за рубеж и производство смещается в другие страны. Этот подход к объяснению международного производства стал на самом деле расширением неоклассической теории пространственного распределения факторов производства.

Вместе с тем теория Вернона может быть подвергнута критике. Во-первых, модель лучше описывает ситуацию 1960-х гг., чем современное состояние дел. В 1960-е годы подавляющая часть новых товаров «запускалась» на рынок в США перед тем, как экспортироваться в другие индустриальные страны. Впоследствии экспорт стал заменяться местным производством, поскольку американские МНК основывали в Западной Европе и других развитых странах свои филиалы. Сегодня новые товары выводятся на рынок в Западной Европе или Японии, равно как и в США. Это открывает все больше возможностей для двусторонней торговли высокотехнологичными товарами между развитыми странами.

Во-вторых, и это особенно важно, большинство крупнейших мировых компаний уже стали многонациональными предприятиями, имеющими дочерние компании и филиалы во всех основных регионах мира. Это означает, что когда появляется новый товар, он более или менее одновременно начинает продаваться через зарубежные филиалы компании-инноватора по всему миру. Поэтому продвижение нового товара может изначально планироваться в глобальном масштабе. Транснациональная активность крупных компаний стирает различия между странами в наделенности факторами производства, нивелируя роль этих различий как базиса для международной торговли, которая во все большей степени замещается теперь движением инвестиций и международным производством. Более подробно об этой тенденции мы будем говорить в главе 6.

3.3.4. Г. Хафбауер: динамическая экономия от масштаба и международная торговля

Еще одна технологическая теория торговли была предложена Г. Хафбауером в статье 1966 г. «Синтетические материалы и теория международной торговли». На эмпирическом материале о развитии отрасли синтетических материалов Хафбауер углубил идею Познера о том, что временное технологическое превосходство дает стране возможность использовать в международной торговле сравнительное преимущество в производстве высокотехнологичных товаров в течение

ние определенного ограниченного периода времени — так называемого имитационного лага. Хафбауер ввел в модель еще один элемент, который служит для удлинения имитационного лага, — динамическую экономию от масштаба. Во многих отраслях существенная экономия издержек происходит вследствие «обучения во время делания», т.е. обучения в ходе самого процесса производства (learning-by-doing). Опыт рабочей силы растет в процессе постоянного повторения одних и тех же операций. В результате средние издержки падают по мере того, как совокупный объем производства возрастает. Следовательно, инноватор в состоянии удерживать свое сравнительное преимущество в течение более продолжительного периода времени даже после того, как новые методы производства будут скопированы производителями в других странах. В данном случае одним из факторов технического прогресса, понимаемого как снижение доли труда в единице готовой продукции, становится опыт, накапливаемый при выполнении операций. Классическим примером обучения на опыте является авиационная промышленность США, которая за годы Второй мировой войны удвоила свое производство, сократив численность занятой рабочей силы в среднем на 20%. Если согласиться с этим доводом Хафбауера, то можно поставить под сомнение аргументы насчет российской квалифицированной рабочей силы, которую часто рассматривают в качестве одного из весомых сравнительных преимуществ страны. Вполне вероятно, что квалификация российской рабочей силы в значительной мере утрачена в ходе работы с отсталыми технологиями в течение последних 15—20 лет.

Как и Познер, Хафбауер придавал большое значение факторам, которые приводят к инновациям в одних странах по сравнению с другими, где этого не наблюдается. Хафбауер выдвинул гипотезу о том, что технологический прорыв более вероятно произойдет в странах с высоким уровнем заработной платы, поскольку высокие заработные платы создают стимулы для производителей и потребителей находить средства для экономии на труде. Из этого следует вывод, который практически полностью подтверждает результаты Познера и Вернона: опережающий экспорт технологически новых товаров будет идти из стран с высокой заработной платой в страны с низкой заработной платой.

3.3.5. Общие замечания по технологическим теориям торговли

Итак, учет технологических различий и изменений серьезно облегчает анализ международной торговли промышленными товарами. Мы рассмотрели только наиболее известные из технологических те-

орий торговли, теории, которые получили серьезную эмпирическую поддержку. На самом деле технологических теорий, объясняющих структуру международной торговли, существенно больше, причем часть из них использует достаточно сложный математический аппарат. И все же говорить о том, что создана единая формальная теория международной торговли, в которую был бы инкорпорирован фактор технологии или технологических изменений, пока рано.

Вместе с тем ценность теории определяется тем, насколько хорошо она может предсказывать будущие тенденции развития. Интересно взглянуть на ближайшие перспективы России с позиций технологических теорий торговли. Какие факторы необходимы для того, чтобы страна успешно конкурировала на мировом рынке? Во-первых, необходимым условием для международной конкурентоспособности является достаточно высокий уровень внутренних затрат на НИОКР, причем это справедливо как для стран, так и для отдельных отраслей. Во-вторых, специализация в технологически стагнирующих отраслях может стать тормозом для будущего экономического роста. В-третьих, опережающий экспорт технологически новых товаров идет из стран с высокой заработной платой. Как видим, российская реальность слабо удовлетворяет этим требованиям, поэтому вряд ли стоит надеяться на быстрое оживление тех отраслей российской промышленности, где бы широко использовались новейшие технологии.

3.4. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ, ОСНОВАННАЯ НА ЭКОНОМИИ ОТ МАСШТАБА ПРОИЗВОДСТВА

Одно из основополагающих допущений неоклассической теории международной торговли состоит, как известно, в признании постоянной отдачи или постоянного эффекта масштаба. Что произойдет, если мы ослабим эту предпосылку и предположим, что для производства характерен положительный, увеличивающийся эффект масштаба? Как это повлияет на специализацию стран и структуру торговли? Именно на эти вопросы и пытаются дать ответы альтернативные подходы к анализу международной торговли.

3.4.1. Ослабление допущения о постоянных средних издержках производства

Вспомним, что если средние издержки на производство одной единицы товара падают (в долгосрочном периоде) по мере того, как объ-

ем производства растет, то говорят, что имеет место положительный эффект масштаба. В этом случае кривая трансформации (или кривая производственных возможностей) изменяет свою форму с вогнутой на выпуклую по отношению к началу координат.

Экономисты-неоклассики не принимают во внимание данный случай, говоря, что это всего лишь исключение (не очень часто встречающееся) из общего правила, в соответствии с которым средние затраты растут с ростом производства. Хотя они не отрицают того, что фирма может иметь кривую средних затрат *U*-образной формы, однако полагают, что в большинстве отраслей фирмы производят на нижнем уровне своей кривой средних издержек, поэтому любое увеличение производства приводит к росту средних издержек. Тем не менее для многих отраслей промышленности такое допущение не соответствует реальности.

3.4.2. Экономия от масштаба как базис для специализации в международной торговле

На практике экономия от масштаба в значительной степени влияет на международную торговлю, поскольку создает дополнительные стимулы для производственной специализации. Вместо того чтобы производить небольшое количество каждого товара, которое готовы купить местные потребители, страна может специализироваться на производстве значительного объема нескольких товаров (в которых отрасли могут достигать экономии от масштаба) и торговать, получая взамен товары, необходимые ей. Следовательно, экономия от масштаба может служить базисом для торговли даже между странами с одинаковыми производственными возможностями и вкусами и предпочтениями потребителей. Вспомним, что в предыдущих главах мы рассматривали возможность взаимовыгодной торговли между странами только при наличии у них различных производственных возможностей или различных вкусов, которые создают сравнительные преимущества и мотив для торговли.

Признание факта снижения средних издержек вместе с ростом производства дает возможность объяснить международную специализацию стран и структуру торговли на основе экономии от масштаба производства. Возрастающая отдача может быть результатом действия целого комплекса факторов и в большинстве случаев характерна для крупных предприятий. Например, если экономия от масштаба приводит к необходимости существования только одного завода для снабжения всего мирового рынка, то страна, где расположен этот завод, будет

экспортировать этот товар, в то время как другие страны будут этот товар импортировать. Крупномасштабные предприятия дают возможность предпринимателям внедрять более совершенную технологию, а работникам концентрироваться на тех узких функциях, которые они могут выполнять наилучшим образом, что в результате приводит к снижению средних издержек и росту конкурентоспособного экспорта.

Графическая иллюстрация эффекта масштаба и специализации стран.

На рисунке 3.3 представлена графическая иллюстрация возможности взаимовыгодной торговли между странами с одинаковыми производственными возможностями и вкусами и предпочтениями потребителей, которая базируется исключительно на экономии от масштаба, а не на сравнительном преимуществе. Поскольку страны A и B имеют одинаковые производственные возможности, вкусы и предпочтения потребителей, то их кривые производственных возможностей ($A_p B_p$) и кривые безразличия ($U^A = U^B$) совпадают.

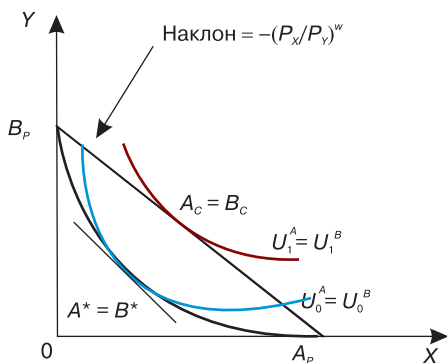


Рис. 3.3. Взаимовыгодная торговля на основе экономии от масштаба

Выгоды от торговли вытекают из того, что экономия от масштаба дает дополнительные преимущества (в форме снижения издержек) от специализации производства. Так же как возрастающие издержки замещения означают вогнутую по отношению к началу координат кривую производственных возможностей, так и уменьшающиеся издержки замещения — выпуклую кривую производственных возможностей. В каждой точке кривой производственных возможностей $A_p B_p$ ее наклон отражает издержки замещения товара X , и в нашем случае эти издержки уменьшаются по мере увеличения производства товара X . В условиях отсутствия торговли страны A и B производили бы и потребляли в их автаркических точках равновесия — A^* и B^* . В условиях

идентичных кривых производственных возможностей и кривых безразличия ($U_0^A = U_0^B$) относительные товарные цены до начала торговли также будут одинаковыми для двух стран и будут равняться тангенсу угла наклона кривой производственных возможностей и кривой безразличия в точках A^* и B^* , координаты которых совпадают.

Каждая из отраслей в каждой стране не может использовать полностью преимущества экономии на масштабах производства, поскольку местные потребители нуждаются в обоих товарах: и товаре X , и товаре Y . В то же время каждая из стран может использовать эти преимущества, специализируясь на производстве какого-либо одного товара. Отметим еще раз существенное отличие такого типа торговли от торговли, основанной на сравнительном преимуществе: две страны являются идентичными, и поэтому безразлично, на каком товаре будет специализироваться каждая из стран. Предположим, что страна A будет специализироваться на товаре X (в точке A_P), а страна B — на товаре Y (в точке B_P). В результате две страны могут торговать вдоль линии условий торговли в точках A_C и B_C , достигая более высоких кривых безразличия U_1^A и U_1^B , что означает явное улучшение положения потребителей по сравнению с ситуацией автаркии.

От чего зависит специализация стран в торговле, основанной на эффекте масштаба. Почему страны полностью специализируются? Причина такова: начав процесс специализации, страны уже не могут повернуть назад. Уменьшающиеся издержки производства на единицу продукции дают стране возможность успешно конкурировать, и это продолжается до достижения полной специализации. Однако здесь необходимо прояснить несколько моментов. Прежде всего в представленной модели совершенно не важно, какая страна будет специализироваться на производстве товара X , а какая — на производстве товара Y . В реальности это может происходить, например, вследствие исторической специализации, случайных событий, но, скорее всего, из-за различия вкусов и предпочтений потребителей, а следовательно, спроса в странах A и B . Таким образом, если потребители в стране A имеют сильное предпочтение в отношении товара X , то спрос на него будет достаточно высок, и товар X будет дешевле в этой стране. Причина этого состоит в том, что средние издержки будут ниже, потому что они будут падать вместе с ростом производства. Это, безусловно, более реалистичный подход, чем неоклассические прогнозы о том, что страны будут экспортировать товар, на который существует незначительный местный спрос. Теория $X - O$ (конечно, с допущениями постоянной отдачи на факторы производства) говорит, что каждая национальная экономика специализируется на том товаре, при произ-

водстве которого интенсивно используется избыточный фактор производства. Но когда имеет место эффект масштаба, может быть верно и противоположное утверждение. Структуры спроса могли бы быть таковы, что когда торговля развивается из ситуации автаркии, страна специализируется на основе имеющейся экономии от масштаба производства и, следовательно, приобретает сравнительное преимущество в товаре, при производстве которого не используется интенсивно избыточный фактор производства. В результате, возможно, окажется, что страна экспортирует «не тот товар», который надо экспортировать с точки зрения теории Х — О.

В течение 1990-х гг. наблюдался значительный рост международной торговли запасными частями и компонентами, равно как и создание производственных мощностей за рубежом, и это стало источником новой и весьма значительной международной экономии на масштабах производства.

3.4.3. Виды экономии на масштабе производства

Мы рассмотрели общий случай возможности возникновения взаимовыгодной торговли, основанной на эффекте масштаба производства. В теории принято различать два вида экономии на масштабе производства: внешнюю по отношению к фирме и внутреннюю.

Внешняя экономия от масштаба производства. Этот тип экономии от масштаба возникает всякий раз, когда развитие отдельной отрасли приводит к снижению средних издержек для всех фирм — производителей отрасли, при этом издержки на единицу продукции отдельной фирмы падают, когда общий выпуск продукции в отрасли растет. Часто внешняя экономия от масштаба называется отраслевой экономией масштаба, поскольку она непосредственно связана с концентрацией отрасли в каком-либо регионе или районе.

В основе отраслевой экономии от масштаба могут лежать различные причины. Совместная пространственная локализация может давать фирмам в отрасли преимущества в виде наличия необходимых трудовых ресурсов. Работники, обученные на одной фирме, могут заниматься другими фирмами этой отрасли в регионе. В то же время регион может быть привлекателен для индивидуальных работников, поскольку совокупный спрос на их специальную квалификацию очень высок, что снижает вероятность безработицы. В результате создается «пул» квалифицированной рабочей силы, из которого черпают трудовые ресурсы все фирмы. Создаются банки и другие финансовые институты, которые владеют специальными знаниями и опытом кре-

дитования фирм этой отрасли. Университеты и колледжи предлагают специальные курсы по обучению тех, кто работает в отрасли. Географическая концентрация и размер отрасли может создавать благоприятную почву для развития ряда услуг, от которых все фирмы могут получать прибыль. В регион дополнительно притягиваются также фирмы, поставляющие необходимые компоненты, запасные части и услуги. Кроме того, поставщики будут в состоянии снабжать эти фирмы большим количеством сырья, полуфабрикатов, производственного оборудования и т.д., создавая тем самым предпосылки для экономии от масштаба. Это приводит к обострению конкуренции и дополнительному снижению цен. В результате, по мере того как отрасль расширяется, затраты на единицу продукции могут значительно снизиться. Типичный пример такого сценария развития отрасли — производство полупроводников в Силиконовой долине в Калифорнии или вдоль Бостонской дороги № 128, где сконцентрировано огромное количество компьютерных фирм.

Внутренняя экономия от масштаба производства. Внутренняя экономия от масштаба производства имеет место, когда средние издержки фирмы падают по мере того, как объем производства фирмы растет. Внутренняя экономия является результатом роста отдельной фирмы и может иметь технологические, управленческие и финансовые источники либо быть следствием распределения риска. Основным источником внутренней экономии на масштабе производства являются постоянные издержки, которые могут быть весьма значительными и распределяются в расчете на выпускаемую единицу продукции. Примерами постоянных затрат могут служить расходы на НИОКР, управленческие и технологические издержки, например, установка сборочных линий. В общем, внутренняя экономия от масштаба производства имеет место в тех случаях, когда удастся достичь более производительного использования факторов производства. Так, каждый рабочий может специализироваться на выполнении более простой, часто повторяющейся операции, что приводит к росту производительности. Более того, больший объем производства позволяет задействовать более специализированное и производительное оборудование, чем это было бы возможно при меньшем объеме производства. Автомобильная отрасль представляет собой классический случай внутренней экономии на масштабе производства.

Крупная фирма, которая производит большой объем продукции, может получать значительные преимущества, поскольку более низкие издержки дают ей возможность продавать товар по более низким ценам, что в долгосрочном периоде приводит к разорению мелких фирм,

которые не в состоянии выдержать обострения конкуренции. Структура рынка совершенной конкуренции, где множество мелких фирм имеют дело с рыночной ценой как некой заданной величиной, на которую они не имеют возможности влиять, в этом случае уступает место рыночной структуре несовершенной конкуренции, где каждая фирма является крупной и действует так, как будто она имеет некоторый контроль над ценой своего товара и может обеспечить увеличение объема продаж за счет снижения цены. Экстремальным случаем внутреннего эффекта масштаба является чистая монополия — ситуация на рынке, при которой у фирмы нет конкурентов.

3.4.4. Значение теорий международной торговли, основанной на эффекте масштаба

Итак, признание возможности существования уменьшающихся средних издержек и экономии на масштабе производства помогает объяснить, почему страны специализируются на определенных товарах, когда они торгуют со странами с идентичными наборами факторов производства. Международная торговля на основе возрастающего эффекта масштаба характеризуется такими чертами, которые отсутствуют как в классическом варианте теории сравнительных преимуществ, так и в модели Х — О. Эффект масштаба позволяет объяснить торговлю схожими товарами, удельный вес которой в общем товарообороте достаточно велик и имеет тенденцию к росту: некоторые исследователи, в частности П. Кругман, приводят цифру в 25%. Как мы уже отмечали, существование внешней экономии от масштаба связано с развитием отрасли в каком-либо регионе или стране, которые в силу тех или иных причин имели благоприятные возможности для отраслевой концентрации производства и получения возрастающей отдачи. Внутренняя экономия от масштаба связана с развитием непосредственно фирмы, а не отрасли. Серьезным отличием первого вида экономии от масштаба от второго является то обстоятельство, что внутренняя экономия от масштаба приводит к изменению структуры рынка совершенной конкуренции. Необходимо подчеркнуть, что использование внутреннего эффекта масштаба означает, что фирма растет, расширяет производство и может стать монополистом на рынке, потеснив своих конкурентов — малые фирмы. Поэтому анализ эффекта масштаба непосредственно связан с анализом структур рынка. Исследование эффекта воздействия экономии от масштаба на рыночные структуры содержится в работах П. Кругмана, который предложил модель международной торговли в условиях монополистической конкуренции.

3.5. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ В УСЛОВИЯХ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Мы знаем, что внутренняя экономия от масштаба производства разрушает совершенную конкуренцию и приводит к возникновению несовершенных рыночных структур, что соответствует реалиям развития международной торговли. Отказ от этой неоклассической предпосылки — совершенного рынка — стимулировал разработку так называемой новой теории международной торговли, объясняющей торговлю в условиях монополистической конкуренции. Одним из основателей этой теории по праву считается американский экономист Кругман, который предложил данный подход в своих статьях конца 1970-х — начала 1980-х гг. Изложение данного параграфа построено на использовании оригинального материала — главе 6 «Экономия на масштабе, несовершенная конкуренция и международная торговля» совместного учебника Кругмана и М. Обстфельда «Международная экономика» (с. 117—126).

3.5.1. Монополистическая конкуренция как простейший случай олигополии

Монополистическая конкуренция представляет собой, наряду с монополиями и олигополиями, одну из разновидностей несовершенной конкуренции. Данная модель международной торговли опирается именно на эту рыночную структуру по ряду причин. Во-первых, ситуация монополии — достаточно редкий случай на рынке, и монопольная прибыль — явление недолговечное. Более характерен случай олигополии, когда на рынке господствуют несколько крупных фирм, которые предлагают, как правило, дифференцированную продукцию. Однако анализ олигополии весьма затруднен, поскольку принципиальный эффект от наличия небольшого количества фирм на рынке состоит в том, что каждая фирма занимает на нем такое положение, когда ее решения оказывают серьезное воздействие на конкурентов, вследствие чего построение модели часто бывает просто невозможным (так называемая проблема взаимозависимости). Поэтому для анализа была избрана простейшая форма олигополии — монополистическая конкуренция. Кроме того, эта модель довольно проста, и в этом ее главное достоинство. Она дает предельно ясную картину того, как экономия от масштаба производства стимулирует взаимовыгодную внешнюю торговлю. Именно эта рыночная структура в последние годы широко применяется для анализа международной торговли.

Типичным примером олигополистического рынка можно считать автомобильные рынки США, Западной Европы и Японии, где действует несколько крупнейших производителей, которые выпускают самые разнообразные модели, конкурирующие тем не менее друг с другом как по качественным, так и по ценовым параметрам.

3.5.2. Предпосылки модели монополистической конкуренции

Спрос на продукцию фирмы, участвующей в монополистической конкуренции (или объем ее продаж), X зависит от таких факторов, как:

n — количество фирм на рынке (чем больше n , тем меньше X);

S — объем продаж всей отрасли в целом (чем больше S , тем больше X);

P — цена на товар фирмы (чем больше P , тем меньше X);

$\bar{P}$ — средняя цена на товары фирм-конкурентов (чем выше $\bar{P}$, тем больше X).

Уравнение спроса для фирмы можно представить следующим образом:

$$X = S \times [1 / n - b \times (P - \bar{P})] \quad (3.1)$$

или

$$X = S / n - S \times b \times (P - \bar{P}). \quad (3.2)$$

Интуитивный вывод уравнений (3.1) и (3.2) таков: если у всех фирм будет одна цена, то доля каждой фирмы на рынке будет равна $1/n$. Фирма с более высокой ценой будет иметь меньшую долю рынка, с более низкой ценой — большую долю. То есть если $P = \bar{P}$, то $X = S/n$. Если $P > \bar{P}$, то $X < S/n$; если $P < \bar{P}$, то $X > S/n$.

Целесообразно далее предположить, что объем продаж отрасли S не зависит от среднего уровня цен $\bar{P}$, т.е. добиться большей доли рынка фирмы могут, лишь потеснив конкурентов. Это нереальное допущение для долгосрочного периода, однако в краткосрочном периоде оно действует и, кроме того, упрощает анализ, отводя центральное место в нем конкуренции между фирмами. Издержки фирмы на таком рынке будут измеряться по формуле

$$C = F + c \times X, \quad (3.3)$$

где F — постоянные издержки, не зависящие от объема выпуска;

c — предельные издержки;

X — объем производства (получается, что объем производства равняется спросу, т.е. весь выпуск продается).

Средние издержки фирмы будут таковы (разделим все члены уравнения на X — объем выпуска):

$$AC = C / X = F / X + c. \quad (3.4)$$

Отсюда вытекает, что средние издержки снижаются по мере роста X , поскольку постоянные издержки распределяются на большее количество продукта.

3.5.3. Рыночное равновесие в модели монополистической конкуренции

При описании отрасли с монополистической конкуренцией будем считать все фирмы симметричными, т.е. имеющими идентичные функции спроса и издержек, хотя все они производят разную продукцию. В случае симметричности фирм состояние отрасли можно описать, зная общее число фирм (n) и среднюю рыночную цену ($\bar{P}$). Далее можно определить, как внешняя торговля воздействует на эти величины.

Начнем с метода определения средней рыночной цены ($\bar{P}$).

1. Следует вывести соотношение числа фирм и средних издержек типичной фирмы (между n и C / X). Пока мы видим, что зависимость между ними — возрастающая функция: чем больше фирм, тем меньше объем производства у каждой фирмы и тем выше издержки на единицу продукции (т.е. средние издержки).

2. Необходимо показать зависимость между числом фирм и ценами, которые в случае равновесия равны. Эта функция убывающая: чем больше фирм, тем сильнее конкуренция между ними и тем ниже цены;

3. Необходимо отметить, что если цена превосходит средние издержки, новые фирмы будут пытаться войти на рынок, а если цена ниже издержек, то часть их покинет его. В долгосрочном плане, таким образом, число фирм определяется пересечением кривых, отражающих взаимосвязи средних издержек и цен и число фирм в отрасли.

Рассмотрим все взаимосвязи.

Число фирм и средние издержки: n и C / X . Если все фирмы симметричны, то при равновесии цены у всех фирм должны быть одинаковы, т.е. $P = \bar{P}$. Из уравнения (3.1) имеем, что $X = S / n$, т.е. доля каждой фирмы на рынке составит $1 / n$ общего объема продаж отрасли. Но из уравнения (3.4) видно, что средние издержки находятся в обратной зависимости от объема производства фирмы. Отсюда выводим зависимость средних издержек от размера рынка и числа фирм (подставляем в уравнение (3.4) X из уравнения (3.1) или (3.2) при $P = \bar{P}$):

$$AC = F / X + c = n \times F / S + c. \quad (3.5)$$

Выражение (3.5) означает, что при прочих равных условиях, чем больше фирм в отрасли, тем выше средние издержки. На графике

(рис. 3.4) возрастающая функция, связывающая число фирм и средние издержки, показана кривой CC .

Число фирм и цена: n и P . Цена продажи для типичной фирмы тоже зависит от числа фирм в отрасли: чем больше фирм в отрасли, тем выше конкуренция. В модели монополистической конкуренции каждая фирма принимает цены остальных как данные и поэтому игнорирует возможность того, что ее ценовая политика как-то повлияет на политику других (совершенно другой случай на олигополистическом рынке, где действия одних фирм вызывают действия других фирм). Если каждая фирма принимает $\bar{P}$ как данную, то можно переписать уравнение (3.1) для кривой спроса следующим образом:

$$X = (S/n + S \times b \times \bar{P}) - S \times b \times P, \quad (3.6)$$

где b — это параметр из уравнения (3.1), измеряющий взаимосвязь цены и доли на рынке отдельной фирмы.

Это, по сути, уравнение спроса на продукцию фирмы, которое в общей форме выглядит следующим образом:

$$X = A - B \times P, \quad (3.7)$$

где X — объем продаж товара;
 P — их цена;
 A и B — некоторые константы.

Поэтому можно подставить указанные эквивалентные величины в формулу для предельного дохода:

$$MR = P - X/B. \quad (3.8)$$

Для типичной фирмы предельный доход равен:

$$MR = P - X/(S \times b), \quad (3.9)$$

Максимизация прибыли требует, чтобы предельный доход был равен предельным издержкам, отсюда:

$$MR = P - X/(S \times b) = c \text{ или } P = c + X/(S \times b), \quad (3.10)$$

Выше уже говорилось, что цена у всех фирм одинакова, а следовательно, и их доля на рынке должна быть одинаковой и равняться $X = S/n$. Подставляя это в (3.10), мы получим:

$$P = c + 1/(b \times n). \quad (3.11)$$

Уравнение (3.11) алгебраически доказывает, что чем больше фирм в отрасли, тем ниже цены каждой из них. Графически это положение проиллюстрировано кривой PP на рис. 3.4.

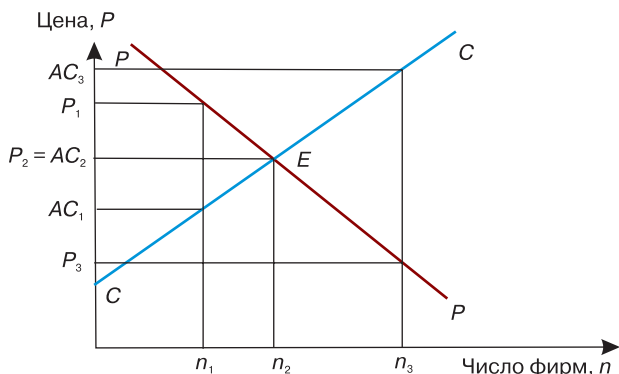


Рис. 3.4. Равновесие на рынке с монополистической конкуренцией

Равновесное число фирм. Обратимся к рис. 3.4. Мы вывели для этой отрасли две кривые. Убывающая кривая PP отражает тот факт, что цены снижаются с ростом числа фирм из-за усиления конкуренции между ними. Возрастающая кривая CC показывает, что чем больше фирм, тем выше средние издержки каждой (из-за более слабого действия эффекта масштаба). Это вытекает из того, что с ростом числа фирм объем продаж каждой из них становится ниже, и возможности реализовать экономию на масштабе сужаются. Две линии пересекаются в точке E , для которой число фирм равно n_2 . Это *точка равновесного числа фирм*. Цена, дающая максимум прибыли в этом случае P_2 , точно равная средним издержкам AC_2 .

Наконец, надо доказать, что в долгосрочном плане число фирм в отрасли стремится к n_2 , т.е. точка E — точка долгосрочного равновесия. Пусть число фирм в отрасли не n_2 , а скажем, n_1 (см. рис. 3.4). Цена в этом случае будет P_1 , средние издержки — AC_1 . Фирмы на этом рынке будут получать монопольную прибыль. Если же n будет больше n_2 , например, n_3 , то цена, соответствующая P_3 , будет ниже средних издержек AC_3 , и фирмы будут нести убытки. Со временем в отрасль с монопольными сверхприбылями будут стремиться проникнуть другие фирмы. И наоборот, из убыточной отрасли производители будут уходить. Число фирм будет расти, пока оно меньше n_2 , и сокращаться, пока оно больше n_2 . Это значит, что n_2 — равновесное число фирм в отрасли, а P_2 — равновесная цена.

Некоторые ограничения модели монополистической конкуренции.

Итак, мы построили модель монополистической конкуренции, где смогли определить среднюю цену и равновесное число фирм в от-

расли. Упомянем ее некоторые ограничения. В реальной жизни найдется немного отраслей, соответствующих этой модели. Чаще всего встречается олигополистическая структура рынка, которая отличается от монополистической конкуренции тем, что на самом деле фирма при принятии решений учитывает реакцию и действия других фирм-олигополистов. Из этого вытекает возможность ценового сговора между монополистами на рынке, что приводит к получению сверхприбылей всеми фирмами. Фирмы могут также прибегнуть к стратегическому поведению на рынке с целью устранения конкурентов. Возможность ценового сговора и стратегического поведения делают анализ олигополии весьма сложным, и в современной экономической теории пока нет ни одной общепризнанной модели олигополии. Использование модели монополистической конкуренции позволяет избежать этих трудностей. И хотя она содержит ряд нереальных посылок, ее широко используют для анализа роли экономии от масштаба производства во внешней торговле.

3.5.4. Монополистическая конкуренция и внешняя торговля

Монополистическую конкуренцию и внешнюю торговлю связывает идея расширения рынка в результате внешнеторгового обмена. В отраслях, где имеет место экономия от масштаба, объем производства ограничен емкостью национального рынка. Торгуя друг с другом, страны могут сформировать общий рынок и преодолеть ограниченную емкость внутренних рынков. Каждая страна может специализироваться на более узком круге продуктов, чем при отсутствии внешней торговли. В то же время благодаря импорту потребительский выбор в стране отнюдь не станет меньше, а, возможно, будет более разнообразным. В результате взаимовыгодная торговля между странами может возникнуть уже не из-за разницы в ресурсах или технологиях, а по другим причинам. Используя модель монополистической конкуренции, можно показать, как торговля влияет на размер рынков и разнообразие потребительского выбора. На международном уровне монополистическая конкуренция дает тот же эффект, что и расширение размеров рынка внутри страны.

Следствия увеличения размеров рынка. Число фирм и цены в отрасли с монополистической конкуренцией сильно зависят от размеров рынка. На более широком рынке сможет работать большее число фирм, цены будут ниже, а выбор товаров богаче. Чтобы увидеть это в контексте нашей модели, вновь обратимся к кривой CC на рис. 3.4,

показывающей, что средние издержки в отрасли растут с ростом числа фирм. Кривая CC , как мы знаем, задается уравнением (3.5):

$$AC = F/X + c = n \times F/S + c,$$

из которого видно, что при росте s (общего объема продаж на рынке) средние издержки снизятся при любом данном числе фирм n . Так происходит потому, что расширение рынка при постоянном числе фирм увеличивает средний объем продаж каждой из них и соответственно реализуются возможности внутренней экономии на масштабе. Чем больше значение S , тем ниже должна располагаться кривая CC . В то же время кривая PP , отражающая зависимость цены от числа фирм, не сдвигается. Формула для этой кривой задана уравнением (3.11):

$$P = c + 1 / (b \times n).$$

Размер рынка S не входит в эту формулу, поэтому при росте S кривая не изменяется. На рисунке 3.5 эти выводы использованы, чтобы показать влияние расширения рынка на долгосрочное равновесие. Исходное равновесие было в точке E_1 , где цена составляла P_1 , а число фирм n_1 . Рост размеров рынка, измеряемый ростом суммарных продаж S , смещает кривую CC вниз из положения C_1C_1 в положение C_2C_2 и не затрагивает кривую PP . Новое равновесие будет в точке E_2 , число фирм вырастет с n_1 до n_2 , а цена упадет с P_1 до P_2 . Для потребителей рост размеров рынка тоже выгоден. В точке E_2 их выбор богаче, а цены на товары ниже, чем в точке E_1 .

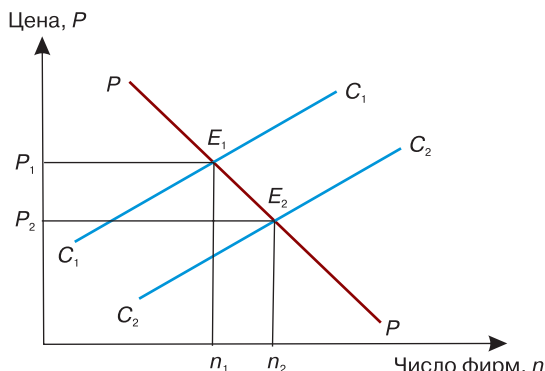


Рис. 3.5. Эффект от расширения рынка в результате внешней торговли

Итак, модель торговли, в рамках монополистической конкуренции, показывает, что международная торговля увеличивает размеры рынка сбыта, поскольку совокупный рынок торгующих стран стано-

вится более емким, чем сумма рынков двух стран в условиях автаркии. При этом возрастает количество фирм и разнообразие торгуемых товаров, а цена товаров падает.

3.6. ТЕОРИИ ВНУТРИОТРАСЛЕВОЙ ТОРГОВЛИ: ГОМОГЕННЫЕ ТОВАРЫ

Значительным и постоянно растущим сектором современной международной торговли является не межотраслевая (обмен товарами разных отраслей), а внутриотраслевая торговля. Объяснить этот интересный феномен пытались различные альтернативные теории международной торговли, которые мы и будем рассматривать в этом параграфе. Как всегда, начнем с определений.

3.6.1. Межотраслевая и внутриотраслевая торговля

Внутриотраслевая торговля (ВОТ) — это такой тип торговли, при которой одна и та же страна импортирует и экспортирует товары одной и той же отрасли. Так, компьютеры американской фирмы IBM экспортируются во многие страны, и в то же время американцы импортируют компьютеры, сделанные, например, Hitachi, NEC и другими иностранными компаниями. Британия и Германия торгуют «Мерседесами» и «Ягуарами» друг с другом. Список подобных примеров можно легко продолжить.

Почему страны экспортируют и импортируют продукты одной и той же отрасли? Объяснение этому факту трудно найти, оставаясь в рамках неоклассической теории торговли, поскольку она учитывает только межотраслевую торговлю, основанную на сравнительных преимуществах. Внутриотраслевой обмен не отражает сравнительных преимуществ, он возникает в условиях несовершенных рынков и использования экономии от масштаба производства, а также вследствие некоторых других факторов. Поэтому и теории, объясняющие межотраслевые и внутриотраслевые потоки товаров, существенно расходятся в своих предпосылках и выводах. Как теория объясняет причины ВОТ? Чтобы ответить на этот вопрос, надо провести различие между торговлей идентичными или гомогенными товарами и торговлей дифференцированными или гетерогенными товарами. Как правило, ВОТ означает обмен дифференцированными товарами одной и той же отрасли, но встречается и внутриотраслевая торговля гомогенными, т.е. идентичными товарами.

3.6.2. Гомогенные и дифференцированные товары

Гомогенность — это свойство товаров и услуг, а также факторов производства, благодаря которым поставщики и потребители их не различают. Существуют разные способы определения гомогенных товаров. Говорят, что товары являются гомогенными, однородными или функционально идентичными, если они выступают совершенными заменителями (субститутами) друг друга. Еще один способ определения гомогенных товаров состоит в том, что гомогенные товары имеют высокую положительную кросс-эластичность спроса. Это означает, что рост цены одного товара вызовет неопределенное увеличение спроса на другой, поскольку потребители переключат все свои покупки на тот товар, который дешевле. Неоклассическая теория международной торговли предполагала, что все торгуемые товары гомогенны, поскольку это сочетается с допущением о совершенной конкуренции.

Однако многие товары не удовлетворяют полностью этому допущению о гомогенности. Как противоположность гомогенным товарам выделяют дифференцированные товары — товары, которые не обладают, с точки зрения покупателей, идентичным сочетанием свойств. Чаще всего здесь приводится в пример рынок автомобилей. Во всем мире производители выпускают на рынок различные модификации машин: американские автомобили отличаются от японских, немецкие от французских и т.д. Все крупные промышленные страны одновременно экспортируют и импортируют автомобили. Это происходит потому, что потребители не рассматривают различные марки и модели автомобилей как совершенные субституты. Поэтому наиболее удовлетворительное объяснение ВТО промышленными товарами — это дифференциация товаров. Однако рассмотрение мы начнем с анализа причин внутриотраслевой торговли гомогенными товарами.

3.6.3. Внутриотраслевая торговля гомогенными товарами: отдельные случаи

Внутриотраслевая торговля может принимать форму торговли гомогенными товарами в целом ряде случаев, таких как трансграничная торговля, совместное производство и совместное потребление, транзитная торговля и др. Рассмотрим эти ситуации.

Трансграничная торговля. Внутриотраслевая торговля функционально идентичными товарами может принимать форму трансграничной торговли между странами, которые имеют общую границу. В этом случае решающими факторами торговли выступают либо миними-

зация транспортных издержек, либо специфика сезонной торговли. Примерами может служить торговля кирпичом, углем, стеклянными бутылками, а также овощами, фруктами и другими сезонными товарами. Производство конечного продукта в этих случаях должно быть максимально приближено к потребителю. Схематически трансграничная торговля представлена на рис. 3.6.

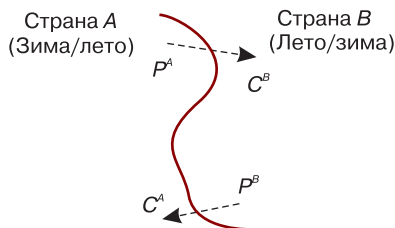


Рис. 3.6. Внутриотраслевая торговля однородными товарами: случай размещения производства или случай сезонной торговли

На рисунке 3.6 фирма P^A в стране A и фирма P^B в стране B производят один и тот же товар, хотя размещены в разных странах. Потребители C^A и C^B покупают этот товар. В силу специфического местоположения производителей и потребителей данного товара вполне вероятно, что потребители в обеих странах предпочтут закупать его за границей: потребитель C^A — у фирмы P^B , а потребитель C^B — у фирмы P^A . Это позволяет снизить транспортные издержки, так как расстояние от P^A до C^B (и от P^B до C^A) значительно меньше, чем расстояние от P^A до C^A (и от P^B до C^B). В результате страны A и B будут одновременно и экспортировать, и импортировать один и тот же товар.

Фактор сезонности в международной торговле также может стать причиной ВТО однородными товарами, в первую очередь сельскохозяйственными. Так, страны Северного полушария (страна A) могут экспортировать определенные товары летом, а зимой импортировать их из стран Южного полушария (страна B). Поскольку государства обычно представляют статистические отчеты о своей внешней торговле на ежегодной основе, летний экспорт и зимний импорт «превращаются» в одновременный экспорт и импорт одного и того же товара.

Совместное производство и совместное потребление. Некоторые товары, например, нефтехимические (бензин, керосин, этилен и др.), производятся на крупных предприятиях, которые снабжают внутренний рынок. Часто эти предприятия находятся в совместном владении фирм различной национальной принадлежности. В то же время объ-

емы производства этих товаров не могут быть легко изменены. При этом может сложиться ситуация, когда внутренний спрос не будет полностью соответствовать имеющемуся предложению: возникнет избыточный спрос на одни товары и избыточное предложение других. Равновесие в этом случае может быть достигнуто за счет экспорта и импорта соответствующих товаров, что приведет к внутриотраслевой торговле. Аналогичная ситуация может иметь место и при совместном потреблении некоторых товаров.

Транзитная торговля. **Транзитная торговля** (иногда ее называют реэкспортной) — это такая торговля, при которой товар экспортируется не для продажи на рынке страны-импортера, а в целях последующего реэкспорта. Транзитная страна или порт предоставляет особые услуги по хранению товара на складе, его маркировке и упаковке, а также финансовые услуги для ускорения экспорта этого товара оптовому торговцу за рубежом. Традиционно значительная часть транзитной торговли проходила через Лондон, однако сейчас его значение снизилось, и центрами транзитной торговли в настоящее время считаются голландский порт Роттердам, а также Сингапур и Гонконг. Существенная часть такой торговли проходит в статистике, как BOT.

3.6.4. Модель взаимного демпинга Брандера — Кругмана

Модель взаимного демпинга (reciprocal dumping) была предложена американскими экономистами Дж. Брандером и П. Кругманом в работах начала 1980-х гг. Это модель BOT гомогенным товаром между двумя странами, у которых внутренний рынок этого товара монополизирован. Эта модель показывает, что произойдет, если страны вступят в торговлю.

Допущения модели. Модель предполагает, что обе страны идентичны по всем параметрам, т.е. они одинаковы по размеру, наборам факторов производства, предпочтением потребителей и пр. В отсутствие торговли между ними на рынке каждой из стран существует только один монополист, производящий данный гомогенный товар.

Важная черта этой модели состоит в допущении, касающемся поведения фирм на рынке, отличном по структуре от совершенной конкуренции, где фирмы принимают решение только относительно объема производства, при котором прибыль максимизируется, причем это решение не влияет на уровень рыночных цен. Иная ситуация возникает на олигополистическом рынке, где каждый продавец является настолько крупным, что его решение относительно объема производства оказывает влияние и на рынок в целом, и на решения дру-

гих олигополистов. Фирмы, следовательно, действуют, принимая во внимание реакцию конкурентов. Французский математик А.О. Курно в 1838 г. предложил модель поведения фирм на олигополистическом рынке, основанную на предположении, что каждая из двух фирм будет максимизировать свою прибыль, считая, что объем производства конкурента будет оставаться постоянным. Цена, максимизирующая прибыль, определяется путем приравнивания к нулю предельного дохода, что будет соответствовать объему производства, точно равному половине рыночного спроса при нулевой цене. Модель получила название дуополии Курно, и именно этот подход использовали Брандер и Кругман в отношении поведения фирм. То есть фирмы фиксируют объем производства на наиболее прибыльном для них уровне и рассматривают цену просто как результат такого решения.

Попутно отметим, что существуют и другие подходы к оценке поведения фирм на олигополистическом рынке. Альтернативное допущение состоит в том, что цена рассматривается фирмами как целевая переменная, а объем производства — как результат. Другими словами, фирмы фиксируют цену на наиболее прибыльном для них уровне и производят столько, сколько они смогут продать при этом уровне цен. Такой подход известен как модель конкуренции по типу Бертрана (Bertrand competition).

Ситуация дуополии в модели Брандера — Кругмана. В условиях дуополии, когда две страны идентичны по всем параметрам, каждый производитель будет продавать определенное количество товара на своем собственном рынке и поставлять оставшуюся часть на рынок конкурента, который поступает аналогичным образом. Схематически действия обоих монополистов представлены на рис. 3.7.

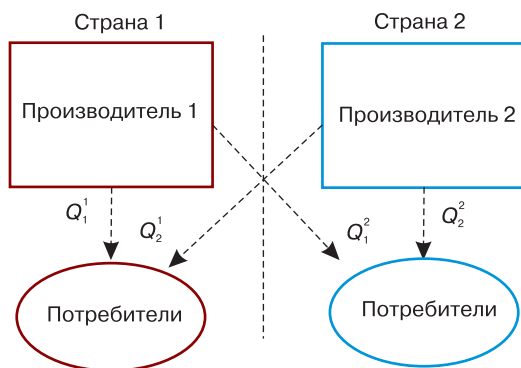


Рис. 3.7. Ситуация дуополии в модели Брандера — Кругмана

Теперь покажем, что в условиях конкуренции по Курно и при нулевых транспортных издержках производитель 1 будет продавать на внутреннем рынке ровно половину своего выпуска и экспортировать другую половину на рынок производителя 2. Рассмотрим графическую иллюстрацию этой ситуации на рис. 3.8.

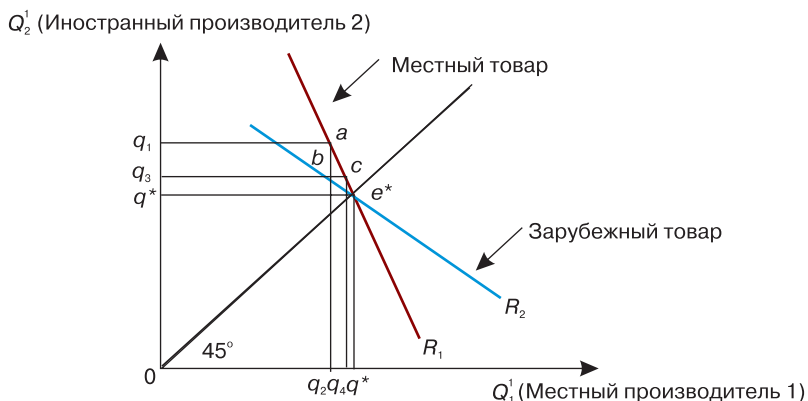


Рис. 3.8. Равновесие на олигополистическом рынке при допущениях Курно о поведении фирм

На горизонтальной оси показано количество товара, которое местный производитель 1 поставляет на внутренний рынок страны 1, — Q_1^1 , на вертикальной оси — количество товара, которое иностранный производитель 2 поставит на внутренний рынок страны 1 — Q_2^1 . Поскольку мы имеем дело с олигополистическим рынком, каждый производитель может рассматриваться как сталкивающийся с функцией реакции другого производителя (см. рис. 3.7 для наглядности).

Функция реакции каждого из производителей (R_1 и R_2) показывает, как они будут реагировать на решения об объеме производства своего конкурента. Так, кривая R_1 демонстрирует реакцию местного производителя 1 на изменения в объеме производства иностранного производителя 2, описываемого прямой R_2 , а кривая R_2 — реакцию иностранного производителя 2 на изменения в объеме производства местного производителя 1 (R_1). Кривая функции реакции каждого производителя имеет отрицательный наклон, поскольку чем больше товара решит продать конкурент, тем менее прибыльным будет продажа товара для другого производителя. Почему кривая R_1 на рисунке более крутая, чем кривая R_2 ? Это связано с тем, что влияние изменений в объеме производства местного производителя на иностранного

производителя предполагается более сильным, нежели влияние изменений в производстве иностранного производителя на местного производителя.

Посмотрим, в какой точке установится равновесие на дуополистическом рынке производителей гомогенного товара при отсутствии транспортных издержек. Предположим, что иностранный производитель 2 первоначально решает продавать товар в объеме $0q_1$ на внутреннем рынке производителя 1. Местный производитель 1 будет реагировать на это, поставляя товар в объеме $0q_2$ (точка *a* на кривой реакции R_1). Однако это заставит иностранного производителя 2 сократить производство до $0q_3$ (точка *b* на кривой реакции R_2). А это, в свою очередь, заставит местного производителя 1 увеличить поставки до $0q_4$ (точка *c* на кривой реакции R_1). Эта игра будет продолжаться до тех пор, пока не установится равновесие в точке e^* , где пересекаются кривые взаимной реакции обоих производителей. В этой точке ни один из производителей не будет иметь намерения изменять объем своего выпуска. Очевидно, что через эту точку проходит линия под углом в 45° из начала координат, а это означает, что каждый производитель будет поставлять на экспорт ровно половину своего выпуска в каждой стране.

Взаимный демпинг в модели дуополии Брандера — Кругмана. Теперь допустим существование транспортных издержек при поставке товара на внешний рынок (транспортные издержки на внутреннем рынке предполагаются нулевыми). В этом случае оба производителя опять будут продавать часть своего выпуска потребителям в своих собственных странах и часть выпуска — потребителям другой страны. Однако соотношение внутренних и внешних продаж будет иным: каждый производитель будет поставлять на зарубежный рынок меньше, чем поставлял раньше. Более того, они будут продавать продукт на иностранном рынке по отгрузочной цене (*ex-factory price*), более низкой по сравнению с ценой на внутреннем рынке. Таков вывод модели Брандера — Кругмана. Продажа товара на внешнем рынке по более низкой цене, чем на внутреннем рынке, называется демпингом. Поскольку демпинг здесь имеет место на обоих рынках, Брандер и Кругман назвали это явление «взаимный демпинг». Графически модель взаимного демпинга представлена на рис. 3.9.

В левой части рисунка (*a*) показано положение иностранного производителя 2 с точки зрения его продаж на рынке страны 1. Рисунок справа (*b*) показывает положение производителя 1 на рынке страны 1, т.е. на своем внутреннем рынке. Каждый производитель производит в условиях $MC = MR$ (при допущении постоянства средних издержек), поскольку в данном случае максимизируется прибыль производителем.

лей. Вертикальная ось означает цену товара, а горизонтальная — его количество.

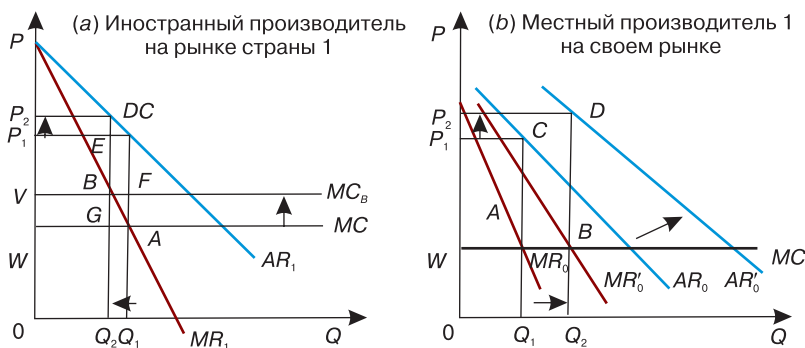


Рис. 3.9. Взаимный демпинг в модели дуополии Брандера — Кругмана

Начнем анализ с позиций местного производителя 1 на своем собственном рынке. Он производит в точке A , продавая количество товара $0Q_1$ по цене $0P_1$. (Отметим, что $0P_1$ — одинаковая цена для обоих производителей, поскольку товар является гомогенным.) Теперь добавим транспортные издержки в размере IW к предельным затратам (а). Эффект будет состоять в сдвиге кривой MC вверх для иностранного производителя (но не для местного производителя). Этот сдвиг вверх кривой MC до уровня MC_g приведет к сокращению количества товара, которое он будет готов поставить на рынок страны 1: с $0Q_1$ до $0Q_2$.

Для местного производителя это приведет к следующим последствиям (b): кривые AR и MR местного производителя сдвинутся по направлению к кривым AR'_0 и MR'_0 , поскольку сокращение импорта вызвало увеличение спроса на товар местного производителя, и местный производитель отвечает увеличением производства с уровня $0Q_1$ до уровня $0Q_2$. Цена также пойдет вверх как для местного, так и для иностранного производителя: с $0P_1$ до $0P_2$. Очевидно, что иностранный производитель теперь поставляет меньше на рынок страны 1, а местный производитель — больше. Точно такие же изменения произойдут в стране 2, поскольку транспортные издержки сдвигают вверх кривую MC производителя 1 в стране 2. С первого взгляда кажется, что цена товара одна и та же как для экспортных продаж, так и для продаж на местном рынке для каждого производителя. Однако отгрузочная цена однозначно ниже экспортной цены, поскольку первая не включает всех тех надбавок, которые увеличивают цену после того, когда товар покидает ворота завода (не важно для продаж на местном или на за-

рубежном рынке). Поскольку транспортные издержки (VW) выросли больше, чем цена товара на зарубежном рынке, каждый иностранный производитель должен был бы испытывать снижение отгрузочной цены для экспортных продаж. Однако внутренняя цена повысилась. В действительности часть транспортных издержек ложится на экспортера и только часть их перекладывается на потребителя в форме более высокой цены. Таким образом, происходит демпинг. Поскольку процесс идет в обоих направлениях, явление получило название взаимного или встречного демпинга.

Таким образом, мы видим, что там, где на рынках доминирует один монопольный продавец, торговля может принимать форму ВОТ или двусторонней торговли идентичными товарами. Может показаться, что такая торговля представляет собой лишь напрасную трату ресурсов: возникают излишние транспортные расходы, а потребители платят больше, чем они заплатили бы в других случаях. Но с другой стороны, торговля привносит элемент конкуренции на внутренний рынок, который до начала торговли полностью контролировался одним продавцом. При условии, что два монополиста не вступят в сговор, потребители будут получать выгоду по мере того, как конкуренция будет снижать цены. (Кривая AR будет становиться все более эластичной, а цена будет приближаться к предельным затратам.) Конкуренция будет заставлять производителей искать пути сокращения издержек. Вместе с тем, если транспортные издержки велики, то потребители могут проиграть.

3.7. ТЕОРИИ ВНУТРИОТРАСЛЕВОЙ ТОРГОВЛИ: ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЕ ТОВАРЫ

Итак, мы показали, что спрос на гомогенные товары может генерировать потоки международной торговли. Но изложенные выше аргументы не могут объяснить в целом потоки ВОТ. Наиболее полное и исчерпывающее объяснение ВОТ лежит в сфере торговли дифференцированными товарами.

3.7.1. Горизонтально и вертикально дифференцированные товары

Мы уже дали краткое определение дифференцированных товаров — это товары, которые являются близкими, но не совершенными заменителями друг для друга; они имеют высокую, но не бесконечную положительную кросс-эластичность спроса. Вместе с тем дифференциация может принимать горизонтальную или вертикальную форму. В случае

горизонтальной дифференциации товары различаются в основном с точки зрения стиля, внешних характеристик и т.д. Этот тип дифференциации характерен для множества отраслей, производящих товары недлительного пользования, например, мыло, безалкогольные напитки, зерновые завтраки, сигареты, спортивная обувь, брюки и т.п. Конкурентная борьба здесь обычно ведется в неценовой форме, когда каждый производитель стремится дифференцировать, отличить свой товар от товара конкурента. Фирмы в таких отраслях, как правило, тратят относительно большие средства на рекламу и стимулирование продаж.

В случае вертикальной дифференциации товары различаются по качеству, которое связано с эксплуатационными характеристиками. Такая дифференциация характерна в основном для отраслей, производящих потребительские товары длительного пользования: автомобили, персональные компьютеры, электронные игры, телевизоры, CD и DVD и пр. Конкуренция в таких отраслях ориентирована на разработку продукта и его инновации. Иногда используется также термин «технологическая дифференциация», когда фирмы разрабатывают новые товары, которые являются субститутами для уже существующих. Фирмы стремятся увеличить свою долю на рынке, улучшая качественные характеристики товара или разрабатывая новые версии товара. Обычно фирмы в таких отраслях имеют высокий уровень затрат на НИОКР.

Обе формы дифференциации продукта могут служить основанием для международной торговли. Рассмотрим теории, описывающие этот процесс. Но сначала необходимо сделать несколько замечаний. Во всех теориях ВОТ дифференцированными товарами признается важность экономии от масштаба, специализации производства и, как следствие, вытекающей из этого торговли. Вместе с тем они базируются на допущении, что существует спрос на множество разнообразных товаров и этот спрос не может быть эффективно удовлетворен за счет предложения внутреннего рынка вследствие экономии от масштаба. Во всех этих моделях дифференциация продукта ведет к несовершенной конкуренции среди производителей — обычно это монополистическая конкуренция.

3.7.2. Модель «базовых свойств» Ланкастера

Одна из широко известных моделей ВОТ горизонтально дифференцированными товарами была предложена австралийским экономистом К. Ланкастером (1980). Она получила название «модель базовых свойств» (the core property model). Ланкастер рассматривал горизонтально дифференцированные товары как товары, которые об-

ладают одними и теми же базовыми (core) свойствами / качествами, но содержат их в разных пропорциях. Это может быть проиллюстрировано при помощи рис. 3.10.

X ----- Y

Рис. 3.10. Обладание товаром различными свойствами / характеристиками в различных пропорциях

Предположим, что товар обладает двумя свойствами X и Y , при этом пропорции, в которых эти свойства присущи каждому конкретному товару, могут варьироваться. В экстремальной точке (или состоянии) X или Y товар обладает только одним свойством. Между этими двумя экстремальными точками существует множество промежуточных положений — вариантов свойств X и Y , которые взяты в различных пропорциях. Предполагается, что каждый потребитель предпочитает свой собственный вариант товара с определенным содержанием в нем свойства X и свойства Y . Но он может приобрести и несколько иной вариант товара (с несколько отличающимся набором характеристик), если ему предложат его по более низкой цене. Однако чем дальше предложенный вариант будет находиться от варианта, который потребитель предпочитает при прочих равных условиях, тем большую компенсацию ему надо предложить, чтобы он купил этот товар. Это может быть проиллюстрировано на примере использования компенсационной функции (compensation function) (рис. 3.11).



Рис. 3.11. Функция компенсации потребителя

Товары с различным набором свойств и требуемая компенсация потребителя. Предположим, что V^* — это предпочитаемый потребите-

лем вариант, который он приобретает без какой-либо компенсации. Если же потребитель движется в любом направлении по кривой, ему требуется компенсация за то, что он отклоняется от своего «самого любимого варианта». Чем дальше он движется в том или ином направлении, тем большая компенсация ему должна быть выплачена. Поэтому кривая функции компенсации имеет U-образную форму. Поскольку возможно достижение двух экстремальных вариантов, она может переходить в вертикальную линию, отражая тем самым тот факт, что никакая компенсация не будет достаточной для того, чтобы заставить потребителя купить товар с определенным набором характеристик.

Предположим теперь, что предпочтения потребителей более или менее равномерно распределяются между различными вариантами товаров, т.е. существует спрос на каждый вариант товара. Маловероятно, что производители будут поставлять на рынок все варианты товаров, поскольку спрос на каждый отдельный вариант будет незначительным даже для возмещения постоянных издержек, не говоря уже о возможности экономии от масштаба производства. В производстве наиболее дифференцированных товаров средние издержки стремятся к падению с ростом объема производства, поскольку постоянные затраты на рекламу и стимулирование спроса будут приходить на больший объем общих расходов. Из этого следует, что производители должны производить достаточно большое количество каждого варианта товара, чтобы достичь минимально возможного уровня на своей кривой средних затрат. Если спрос на целый ряд дифференцированных вариантов товаров одинаков, то каждый производитель будет производить только один вариант, и ни один из производителей не будет производить точно такой же товар, что и другой. Более того, эти варианты будут равномерно распределены между теми типами товаров, на которые существует спрос.

Товары с различным набором свойств: поведение производителей и потребителей. Проиллюстрируем это с точки зрения каждого дифференцированного товара с помощью идеи циферблата часов (рис. 3.12). Предположим, что существуют 60 различных вариантов товаров, спрос на которые эквивалентен 60 мин на часах. Как много производителей будут поставлять товары в отсутствие торговли, будет зависеть от спроса на каждый вариант товара (это функция размера рынка) и наклона кривой средних издержек у каждого производителя. Предположим далее, что производители считают, что в отсутствие торговли выгодно поставлять на рынок только четыре типа товаров. Это представлено на рис. 3.12. четырема точками: A_0 , A_3 , A_6 , A_9 . Очевидно, что те потребители, чьи предпочтения совпадают с одним из типов предоставляемых на рынок товаров, будут абсолютно удовлетворены. Однако потребители, чьи предпочтения лежат между этими типами товаров, не будут удов-

летворены; и чем больше их предпочтения удалены от имеющихся на рынке вариантов товаров, тем больше будет их неудовлетворенность.

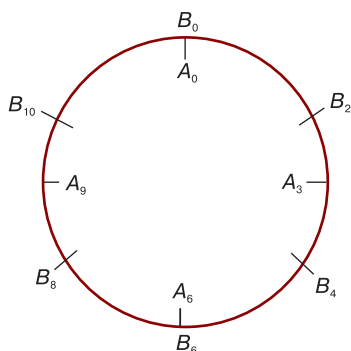


Рис. 3.12. Ланкастер: модель базовых свойств горизонтально дифференцированного товара

Теперь предположим, что страна начинает торговать с другой идентичной страной, производители которой выпускают четыре (и не более) аналогичных типа товаров. Предложение товаров на рынке, таким образом, увеличилось в два раза. Однако каждый производитель сталкивается с конкуренцией другого производителя, выпускающего вариант товара, который является идентичным его собственному. Если, однако, один из производителей (каждого типа товаров) сможет увеличить свою долю рынка за счет конкурента, то он сможет передвинуться к более низкой точке на своей кривой средних издержек, снизить цены и еще больше «отодвинуть» конкурента. В результате на рынке может остаться только четыре производителя. В этом случае число вариантов товаров на рынке не изменится. Однако общее число производителей в двух странах упадет. С другой стороны, поскольку каждый из производителей теперь сталкивается с увеличившимся спросом на свой вариант товара, его прибыли увеличатся. Эта ситуация проиллюстрирована на рис. 3.13.

Торговля в условиях монополистической конкуренции. На рисунке 3.13 показаны состояния равновесия фирмы в условиях монополистической конкуренции до и после начала торговли. При монополистической конкуренции все производители производят в условиях $MR = MC$. Если же они получают избыточную прибыль ($P > AC$), в отрасль будут входить новые фирмы. По мере этого вхождения кривая спроса (AR) отдельной фирмы будет опускаться вниз до тех пор, пока цена не будет равна средним издержкам ($P = AC$) в точке, где максимизируется прибыль $MR = MC$. Это точка E_0 , где кривая AR является

касательной к кривой AC . В результате торговли, однако, спрос на продукцию каждой фирмы увеличивается ($0Q_0 = Q_0Q_1$). AR_H становится AR_{H+F} . (MR не показана на графике, но она также увеличивается.) Производители ответят на изменившуюся ситуацию увеличением выпуска. Производство расширится до, предположим, точки F , где теперь можно получать избыточные прибыли. (Избыточные прибыли даются через расстояние между AR_{H+F} и AC .) Поскольку производители, которые остались в отрасли, теперь получают дополнительные прибыли, то это приводит к следующим результатам. Во-первых, новые производители войдут в отрасль и начнут производство других вариантов товара. Однако они не будут производить те же самые варианты товара, которые уже существуют на рынке, поскольку это было бы менее прибыльно. Во-вторых, некоторые существующие производители (которые были вытеснены с рынка на начальном этапе конкуренции) переключатся на производство новых вариантов товара. Это приведет к смещению кривой спроса (AR) существующих производителей вниз влево к кривой AR^*_{H+F} ; к тому же кривая станет менее крутой и, следовательно, более эластичной. Последнее (изменение эластичности) происходит потому, что существующие производители теперь сталкиваются с возросшей конкуренцией со стороны новых вариантов товара, и их товар становится более дифференцированным. Новые фирмы будут продолжать входить в отрасль до тех пор, пока будет существовать возможность избыточных прибылей, которые они могли бы получать. Это случится, когда кривая спроса (AR) опять станет касательной к кривой AC в точке, где $MC = MR$. На рисунке 3.13 AR^*_{H+F} — новая кривая спроса, и долгосрочное равновесие установится в точке E_1 , где AR опять касательная к AC .

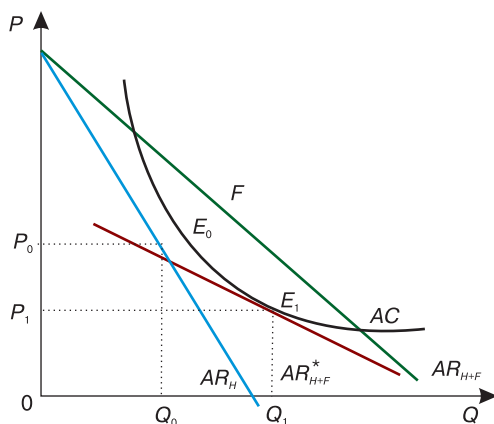


Рис. 3.13. Торговля в условиях монополистической конкуренции

В рамках модели Ланкастера (см. рис. 3.12) эти изменения проявятся в увеличении числа имеющихся вариантов товара. Предположим, что вместо четырех вариантов товара в наличии имеется шесть. Сколько вариантов товара появится после начала торговли, сказать практически невозможно. Это будет зависеть от потребительского спроса на каждый вариант товара и от того, насколько резко снизятся средние издержки вместе с ростом выпуска. Однако количество вариантов должно быть больше, потому что каждый производитель теперь получит более широкий рынок сбыта. Очень важно здесь понять, что ни один из производителей не будет производить уже имеющийся вариант товара. Наоборот, каждый из них будет стремиться дифференцировать свой товар от товара конкурента. При предположении, что предпочтения потребителей равномерно распределены по циферблату, каждый производитель будет производить один из вариантов, например $B_0, B_2, B_4, B_6, B_8, B_{10}$. Однако потребители в целом выиграют от роста числа вариантов товара. Некоторые из потребителей проиграют, поскольку их предпочтительный вариант исчезнет с рынка, в частности, потребители, находящиеся в точках A_3 или A_9 . Однако число выигравших потребителей будет намного больше. Следует также отметить, что цены существующих на рынке вариантов товара будут ниже, чем раньше (см. рис. 3.13).

3.7.3. Модель Дикзита — Стиглица: «любовь к разнообразию»

Альтернативный подход к анализу спроса на горизонтально дифференцированные товары был предложен Дикзитом и Стиглицем в 1977 г. Ими было выдвинуто предположение, что вместо того, чтобы отдавать предпочтение одному варианту товара перед другим (как в модели Ланкастера), потребители хотят потреблять множество различных вариантов, потому что им просто нравится разнообразие как таковое. Например, вместо того, чтобы предпочитать французские вина испанским или итальянским, потребители могут предпочесть потреблять все три «варианта» вин в разное время, потому что они любят разнообразие. Эта модель получила название «любовь к разнообразию» (love for variety).

Допущения модели. Важная черта этой модели состоит в допущении о характере спроса. Предполагается, что все потребители действуют аналогичным образом и их вкусы можно представить с помощью функции полезности следующего вида:

$$U = \sum v(c_i) \quad v' > 0, v' < 0, \quad (3.12)$$

где c_i — потребление i -го товара потребителем;
 v — доля потребления каждого товара.

Кроме того, подразумевается, что все варианты товаров учитываются в функции полезности симметричным образом. Полезность потребителей увеличивается не только благодаря самим потребителям, которые в большей степени удовлетворены каждым из товаров, но и увеличению n , т.е. количества вариантов товара. Также верно и то, что даже если потребитель имеет меньшее количество каждого товара, его полезность возрастает, если он потребляет больше товаров.

Со стороны предложения делаются допущения, что каждый товар имеет идентичную производственную функцию (и, следовательно, не существует базиса для торговли, основанной на соотношениях факторов производства) и что используется единственный фактор производства — труд, как и в рикардианской модели. Предполагается, что товары производятся в условиях возрастающей отдачи (сокращающихся издержек), поскольку определенную долю общих затрат составляют постоянные затраты. Вследствие существования постоянных затрат, а также функции полезности симметричной природы каждый производитель производит только один товар, и существует так много товаров, как и производителей. Иными словами, ни один из производителей не стремится производить тот же вариант товара, что и другой производитель. Каждый производитель стремится максимизировать прибыль, уравнивая предельные издержки и предельные доходы. Однако предполагается, что существует свобода входа в отрасль и выхода из нее. Поэтому если отдельный производитель получает ненулевую прибыль, новые фирмы будут вливаться в отрасль, снижая цены, пока дополнительная прибыль не упадет до нуля.

Равновесие в условиях автаркии и в условиях торговли. Если мы предположим, что в условиях автаркии существует только монополистически конкурентный сектор, рыночное равновесие будет определяться двумя взаимосвязями. Во-первых, чем больше фирм будет в отрасли, тем выше будут их средние издержки. Это происходит потому, что каждая фирма производит меньше, и нет соответствующего эффекта масштаба. Поскольку все фирмы имеют одинаковую производственную функцию, они все будут назначать одинаковую цену. Соотношение средней цены и количества фирм показывает кривая CC на рис. 3.14.

Во-вторых, чем больше фирм на рынке, тем острее конкуренция, а следовательно, ниже цена на рынке. Равновесие имеется в точке 1, где пересекаются кривые CC_1 и PP . Логика рассуждения здесь следующая: в этой точке цена P_1 , максимизирующая прибыль, равняется средним издержкам, так что ни одна из фирм не будет иметь стимула входить в отрасль или выходить из отрасли. Если бы число фирм было

меньше N_1 , то цена, назначаемая фирмами, была бы выше средних издержек, так что новые фирмы имели бы стимул для вхождения в отрасль.

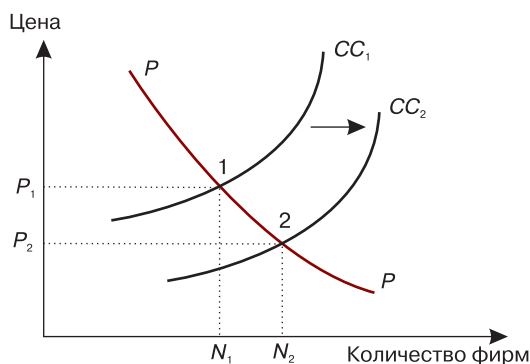


Рис. 3.14. Рыночное равновесие в модели Дикзита — Стиглица

Теперь посмотрим, что произойдет, если эта страна вступит в торговлю с другой страной, которая имеет идентичные структуры затрат и потребления. Поскольку предполагается, что все варианты товаров имеют одну и ту же полезность, в отсутствие торговли обе страны производят идентичные варианты товаров по одной и той же цене. Результатом станет увеличение размеров рынка. Кривая CC демонстрирует связь между числом фирм и средними издержками для каждого данного уровня потребления. Если теперь уровень потребления удвоится, кривая CC сдвинется вправо в положение CC_2 . Средние издержки упадут, и прибыль действующих фирм увеличится. Новые фирмы будут входить в отрасль, вызывая движение вниз по кривой PP , пока новое равновесие не установится в точке 2. Однако поскольку число фирм в каждой стране увеличилось, количество вариантов товаров также возросло. Это обусловлено допущением, что ни одна из новых фирм не будет производить уже имеющийся на рынке вариант товара. Другими словами, каждый вариант будет производиться только в одной из стран. Как и в модели Ланкастера, результатом станет внутриотраслевая торговля. Потребители от этого выигрывают, поскольку они получают больше вариантов одного и того же товара, из которых они могут выбирать, и рост числа вариантов увеличивает общую полезность для каждого отдельного типа функции полезности, используемой в этой модели. Однако потребители выигрывают и вследствие того, что снижаются средние издержки, а следовательно, и цены.

3.7.4. Теория «пересекающегося» спроса С. Линдера: ВОТ вертикально дифференцированными товарами

Подавляющее большинство теорий объясняет направления и структуру международной торговли со стороны предложения: страна, имеющая относительно более низкие издержки производства, будет экспортировать товар и иметь сравнительные преимущества в торговле. Различие между этими теориями состоит в вопросе о том, какие факторы производства делают возможными более низкие издержки в одной стране по сравнению с другой. Вместе с тем международную торговлю можно рассматривать и со стороны спроса. Большой вклад в понимание того, как факторы спроса могут влиять на торговлю, был сделан в 1961 г. шведским экономистом С. Линдером. Линдер утверждал, что в то время как обеспеченность факторами производства играет важную роль в определении структуры торговли сырьевыми товарами, в торговле дифференцированными промышленными товарами более важны вкусы и предпочтения потребителей, которые складываются под влиянием различных факторов.

Уровень душевого дохода как фактор международной торговли. Выдвигая свою гипотезу, Линдер опирался на эмпирические данные о том, что преобладающая часть торговли промышленными товарами ведется между странами с примерно одинаковой факторной обеспеченностью. Линдер старался доказать, что именно структура спроса определяет характер торговли. Сама же структура спроса зависит в первую очередь от уровня дохода на душу населения в стране. Чем выше душевой доход, тем больше спрос на высококачественные и/или сложные промышленные товары. И наоборот, спрос в странах с низким доходом склоняется в сторону простых или низкокачественных товаров. Поэтому, по мнению Линдера, вопреки прогнозам на основе неоклассической модели страны со схожими предпочтениями будут торговать между собой скорее больше, чем меньше. Это происходит потому, что товары первоначально, более вероятно, будут экспортироваться в страны со схожим характером спроса. И, поскольку структура спроса является функцией душевого дохода, страны со схожим уровнем душевого дохода будут активно торговать друг с другом.

В неоклассической модели предполагалось, что ассортимент товаров, которые производит страна, выбирается совершенно случайно, что не всегда звучит убедительно. Местные производители всегда имеют конкурентные преимущества на внутреннем рынке, поскольку у них нет транспортных затрат и тарифов, и они будут максимизировать эти преимущества, производя тот ассортимент товаров, которого

в наибольшей степени требует рынок. Таким образом, предполагая, что условия производства везде идентичны, страны будут производить в первую очередь для удовлетворения местного спроса и иметь большие доли на внутреннем рынке.

Частично это будет происходить из-за отсутствия информации о зарубежном спросе, частично — из-за стремления производителей поддерживать тесную связь с потребителями, адаптируя в случае необходимости свой товар к их потребностям. Когда местный рынок насыщается, производители ищут новые, зарубежные рынки сбыта. Именно здесь и начинается экспорт. Сразу встает вопрос, на какие рынки экспортировать в первую очередь? Ключевое соображение здесь — схожая структура спроса. А схожая структура спроса существует в тех странах, где примерно такой же уровень душевого дохода. Чтобы проиллюстрировать это, Линдер ввел понятие «пересекающегося» спроса (overlapping demand). Это общий спрос на продукты определенного качества или степени сложности в обеих странах, вовлеченных в торговлю. Графическая иллюстрация «пересекающегося» спроса в модели Линдера представлена на рис. 3.15.

Графическая иллюстрация модели Линдера. На вертикальной оси показан воображаемый индекс качества товара, его «утонченности». Товары высокого качества располагаются на оси выше, а низкого качества — ниже. Горизонтальная ось измеряет доход на душу населения. Луч OR показывает, что чем выше душевой доход в стране, тем на более качественные товары будут предъявлять спрос средние покупатели. Страна A имеет душевой доход в размере Y_A . Получатели этого дохода предпочитают товары качества Q_5 . Страна B имеет душевой доход в размере Y_B . Получатели этого дохода предпочитают товары качества Q_3 . Однако внутри одной и той же страны доходы потребителей варьируются, отклоняясь от этого среднего уровня. Это означает, что будет предъявляться спрос на товары, имеющие разные качественные характеристики. Распределение спроса будет зависеть от распределения дохода выше и ниже среднего уровня. В стране A существует спрос на товары различного качества: от Q_2 до Q_6 . Аналогично в стране B , но в промежутке между Q_1 и Q_4 . Однако в обеих странах существует общий спрос на товары качества $Q_2 — Q_4$. Именно этот спрос Линдер назвал «пересекающимся». Чем ближе уровни среднего дохода двух стран, тем больше область «пересекающегося» спроса. Что из этого следует? Производители товаров, которые попадают в зону «пересекающегося» спроса, могут экспортировать свои товары в другую страну. В торговле, следовательно, будут участвовать товары из этой зоны. Отсюда следует, что поскольку у стран со схожим душевым доходом зона

«пересекающегося» спроса больше, то и торговля между этими странами будет более активной.

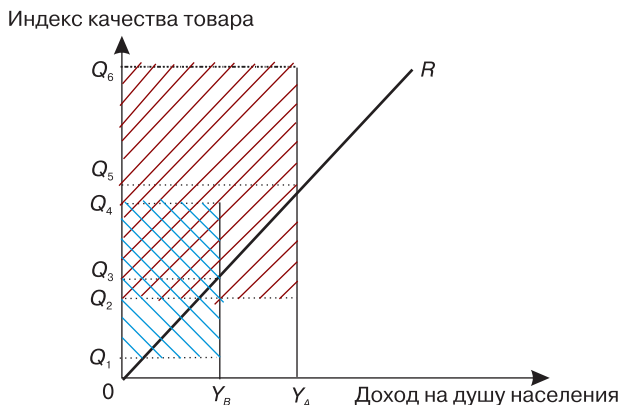


Рис. 3.15. Качество товара и доход на душу населения: формирование «пересекающегося» спроса

Влияние изменения вкусов и предпочтений потребителей. Следует отметить еще одну важную особенность гипотезы Линдера. Наряду с тем что он стал придавать большое значение вкусам и предпочтениям потребителей в определении направлений и структуры торговли, он показал (хотя и в неявном виде), что вкусы и предпочтения постоянно меняются, вызывая тем самым и сдвиги в международной торговле. Действительно, если мы возьмем такие исторические примеры, как движение европейцев на Ближний Восток во времена крестовых походов, открытие Западного полушария испанскими, португальскими и английскими исследователями и т.п., то первоначальные обмены влекли за собой создание новых потребностей, а также их удовлетворение. Вкусы изменяются в процессе развития торговли, а торговля служит для удовлетворения этих меняющихся вкусов. Это обстоятельство становится особенно очевидно, если мы вспомним, что табак, ром и картофель были завезены в Европу из Америки и что они кардинально изменили вкусы европейцев. Рагнар Нурксе отмечал так называемый демонстрационный эффект, выражающийся в том, что развивающиеся страны, начиная с 1950—1960-х гг., заимствовали у развитых стран практику использования в быту множества товаров, которые облегчали их существование. И еще одно замечание. Очень часто изменения во вкусах потребителей следуют за изменениями в технологии и отражают эти изменения. Здесь гипотеза Линдера «пересекается» с техно-

логическими теориями торговли, которые утверждают, что появление товаров, основанных на использовании новых технологий, влечет за собой появление спроса на них и последующее удовлетворение этого спроса через каналы международной торговли (а затем и международных инвестиций).

Эмпирические подтверждения теории Линдера. Выводы Линдера во многом соответствуют реальному развитию международной торговли. Во-первых, модель Линдера применима к торговле дифференцированными промышленными товарами. Торговлю сырьем или сельскохозяйственными товарами он объясняет с позиций модели Х — О. Большая часть торговли промышленными товарами ведется между промышленно развитыми странами со сходной обеспеченностью факторами производства и сходными уровнями душевого дохода. Мы также знаем, что подавляющая часть этой торговли включает в себя обмен различными вариантами одного и того же товара. Линдер указывал также и на другие факторы, которые могут определять структуру торговли. Поскольку культура оказывает значительное влияние на потоки торговли, можно предположить, что торговля может быть очень активной между странами со схожими культурными ценностями и традициями. Поскольку расстояния увеличивают транспортные издержки, можно предположить, что будет развиваться торговля между географически более близкими партнерами. Верно и противоположное утверждение: чем дальше друг от друга находятся партнеры, тем они будут менее склонны торговать друг с другом. Хотя глобализация вносит сюда свои коррективы. Сокращение транспортных издержек, внедрение новых технологий коммуникации сокращает географическую отдаленность или разъединенность стран, стимулируя торговлю между отдаленными странами.

Вместе с тем подход Линдера сложно считать полноценной теорией международной торговли, поскольку она не может, в отличие от теории Х — О, дать ответ на вопрос о том, какие товары страна будет импортировать, а какие экспортировать, т.е. указать на конкретную структуру торговли между двумя странами. Кроме того, эту теорию очень трудно протестировать, поскольку у нее нет точных предсказаний, которые можно тестировать, хотя такие попытки и делались.

3.8. ИЗМЕРЕНИЕ ВНУТРИОТРАСЛЕВОЙ ТОРГОВЛИ

Последние параграфы этой главы мы посвятили теориям внутриотраслевой торговли. Насколько широко этот тип торговли распростра-

нен в реальности? Некоторые исследователи утверждают, что именно потоки ВОТ являются определяющими на внешних рынках; другие, наоборот, выражают сомнение в ее значимости. Чтобы ответить на этот вопрос, нам необходимо измерить долю внутриотраслевой торговли во всей международной торговле.

Индекс Грубеля — Ллойда. Существуют различные формулы для измерения ВОТ, но наиболее распространенной является формула Грубеля — Ллойда (1975), которые первыми предложили измерять степень ВОТ:

$$B_i = \frac{(X_i + M_i) = |X_i - M_i|}{(X_i + M_i)} \times 100\%, \quad (3.13)$$

где B_i — индекс ВОТ;
 X_i — экспорт товарной группы i ;
 M_i — импорт товарной группы i ;
 $(X_i + M_i)$ — общая стоимость торговли;
 $|X_i - M_i|$ — торговый баланс по товарной группе i .

Обратим внимание, что разность между экспортом и импортом (торговый баланс) в формуле Грубеля — Ллойда берется по модулю $|X_i - M_i|$, т.е. имеет значение не знак результата, а абсолютная величина.

Если вся торговля сбалансирована, B_i будет равняться 100. Если вся торговля односторонняя (т.е. не существует внутриотраслевых потоков одновременного экспорта и импорта), то B_i будет равняться нулю. Таким образом, чем ближе B_i к 100, тем больше важность внутриотраслевой торговли. И наоборот, чем ближе B_i к нулю, тем больше важность межотраслевой торговли. Для того чтобы получить средний уровень внутриотраслевой торговли для страны, Грубель и Ллойд предложили вычислять взвешенную среднюю величину, используя относительный объем экспорта и импорта определенной товарной группы в качестве веса.

Помимо наиболее распространенного показателя Грубеля — Ллойда, существуют и другие формулы для измерения степени внутриотраслевой торговли, среди которых The Balassa Index, The Aquino Formula, The Bergstran Method, Glejser Approach. Все эти подходы имеют свои плюсы и минусы, однако каждый из них при расчете степени внутриотраслевой торговли сталкивается с проблемой агрегирования данных.

Проблема агрегирования данных при измерении уровня ВОТ. Проблема агрегирования данных состоит в том, что не очевидно, какие товары можно считать принадлежащими к одной и той же отрасли, а какие — к разным. В случае ВОТ агрегирование данных о товарах означает объединение различных товаров в одинаковые статистиче-

ские категории. (Агрегировать — означает объединять, суммировать какие-либо однородные показатели / величины с целью получения общих, совокупных показателей.) Так, официальная классификация международной торговли базируется на Стандартной международной торговой классификации — СМТК (Standard International Trade Classification — SITC). Эта классификация цифровая: чем больше цифр, тем более детализирован товар. Например, секция 7 включает машины, оборудование и транспортные средства, подсекция 71 включает электрооборудование и т.д. Очевидно, что без агрегирования данных невозможно измерить уровень ВОТ. Но до какой степени допустимо агрегирование, чтобы измерение ВОТ не потеряло смысл?

В зависимости от того, как будут сгруппированы товары, будет различаться и индекс ВОТ. Рассмотрим конкретный пример. Предположим, что у нас есть два типа машин, скажем тип 1 и тип 2. Пусть $X_1 = 100$, а $M_1 = 60$, и $X_2 = 60$, а $M_2 = 100$. Индексы внутриотраслевой торговли для каждого товара будут равны 75% ($120 / 160$). Но если мы объединим эти два товара в единый тип товаров (просто машины), то мы получим $X_C = 160$, а $M_C = 160$. Получится, что для отрасли характерна 100%-ная внутриотраслевая торговля.

Грубель и Ллойд (1975) первыми исследовали влияние степени агрегирования товаров на измерение индекса внутриотраслевой торговли на примере Австралии 1968—1969 гг. Результаты были таковы: по мере детализирования, дезагрегирования товаров индекс внутриотраслевой торговли падал с 43% (одна цифра в товарной классификации) до 20% (три цифры в классификации), затем до 15% (четыре цифры в классификации) и 6% (семь цифр в классификации). Другие исследования подтвердили эту тенденцию. Вместе с тем результаты весьма сильно различаются в зависимости от того, какие страны и какие временные периоды изучаются. Поэтому с определенной точки зрения можно сказать, что ВОТ — это чисто статистический феномен, который исчезнет, как только экономисты начнут использовать максимально детализированные данные, относящиеся к внешней торговле. И все же, несмотря на проблемы с измерением внутриотраслевой торговли, она, безусловно, имеет место и часто определяет международные торговые потоки.

3.9. ВЫВОДЫ

1. К началу 1950-х гг. стала очевидной ограниченность неоклассического подхода к объяснению реально складывающихся тенденций международной торговли. Преодоление возникших трудностей пошло

по пути ослабления некоторых допущений теоретического анализа и построения на новом базисе альтернативных концепций — технологических теорий международной торговли, моделей международной торговли в условиях эффекта масштаба и несовершенной конкуренции, моделей внутриотраслевой торговли, пересекающегося спроса и пр. Важнейшими допущениями, на которых строилась теория соотношения факторов производства, являются следующие предположения: постоянный эффект масштаба и совершенная конкуренция на всех товарных и факторных рынках, идентичная технология, применяемая странами при производстве товаров, идентичные вкусы и предпочтения потребителей в торгующих странах, отсутствие международной мобильности факторов производства, отсутствие транспортных издержек и протекционистских барьеров, а также полное и оптимальное использование ресурсов.

2. Технологические теории международной торговли исходят из того, что технологические изменения — это основной и постоянный «нарушитель» сравнительного преимущества, движущая сила структурных изменений в производстве, а следовательно, и в международной торговле. Технологические изменения в долгосрочном периоде не могут давать какой-либо стране источник сравнительного преимущества в определенном товаре или виде деятельности, потому что в результате международной диффузии технология, которой обладает страна-инноватор, в конечном итоге становится доступной и для других стран. Для технологического подхода к торговле ключевым является вопрос: что вызывает инновации, почему одни страны являются «производителями» инноваций, а другие довольствуются лишь их использованием? Влияние технологических изменений на структуру международной торговли были детально проанализированы в модели технологического разрыва Познера (1961), концепции жизненного цикла товара Вернона (1966), теории международной торговли, основанной на динамическом эффекте масштаба, Хафбауера и др. Особенность технологических теорий состоит в том, что они являются динамическими и не базируются на концепции частичного или общего равновесия (в отличие от традиционных теорий сравнительного преимущества).

3. Одним из первых экономистов, поднявших вопрос о том, каким образом технологические изменения могут влиять на взаимную торговлю стран, был Познер, который предложил модель технологического разрыва. Основная идея подхода Познера состояла в предположении, что для имитации нового в технологическом отношении товара необходим определенный временной лаг, чтобы технология

могла проникнуть в другие страны. Этот временной лаг и определяет технологические «разрывы» между странами, которые показывают, насколько одна страна вырвалась вперед, а другие отстали от нее с точки зрения использования в производстве новых технологий. По Познеру, приобретенные страной временные сравнительные преимущества (вследствие ускоренного развития науки, ее приоритетного финансирования, импорта интеллектуальных трудовых ресурсов из-за рубежа и пр.) позволяют ей снижать издержки производства и таким образом выигрывать конкурентную борьбу на внешних рынках. В наибольшей степени теория Познера применима для объяснения торговли между развитыми странами, т.е. странами, которые способны не только выступать в роли технологического лидера, но и достаточно быстро имитировать новые товары с низкими издержками производства.

4. Еще одна динамическая теория торговли была разработана Верноном, который предложил использовать микроэкономическую концепцию жизненного цикла товара для объяснения направлений международной торговли. Вернон хотел получить ответы на следующие вопросы: где скорее всего возникают новые идеи и технологии для создания новых продуктов? Где начинается производство новых товаров? Какие обстоятельства ведут к экспорту этих товаров и размещению их производства за рубежом? Какие это имеет последствия для потоков международной торговли и международных инвестиций? Опираясь на эмпирический материал о зарубежной деятельности американских фирм в послевоенный период, Вернон предложил простую и оригинальную модель, которая в течение многих лет была одной из наиболее популярных и влиятельных теорий, где факторы, определяющие международную торговлю и международное производство, рассматривались в комплексе. Одна из привлекательных черт этой теории состоит в том, что она дает нам динамическую модель торговли, в которой товарная структура торговли изменяется с течением времени по мере того, как товары проходят различные стадии своего жизненного цикла. Как и в случае с теорией технологического разрыва, страна может эффективно использовать сравнительное преимущество в течение определенного периода времени, пока она является единственным обладателем новой технологии.

5. Оригинальная теория имитационного лага была предложена Хафбауером, который углубил идею Познера о том, что временное технологическое превосходство дает стране возможность использовать в международной торговле сравнительное преимущество в производстве высокотехнологичных товаров в течение определенного

ограниченного периода времени — так называемого имитационного лага. Хафбауер ввел в модель еще один элемент, который служит для удлинения имитационного лага, — динамическую экономию от масштаба. Во многих отраслях существенная экономия издержек происходит вследствие «обучения во время делания», т.е. обучения в ходе самого процесса производства (learning-by-doing). В результате средние издержки падают по мере того, как совокупный объем производства возрастает. Следовательно, инноватор в состоянии удерживать свое сравнительное преимущество в течение более продолжительного периода времени, даже после того, как новые методы производства будут скопированы производителями в других странах. Классическим примером обучения на опыте является авиационная промышленность США, которая за годы Второй мировой войны удвоила свое производство, сократив численность занятой рабочей силы в среднем на 20%.

6. На практике экономия от масштаба действительно может служить базисом для торговли даже между странами с одинаковыми производственными возможностями и вкусами и предпочтениями потребителей, поскольку создает дополнительные стимулы для производственной специализации. Эффект масштаба позволяет объяснить торговлю схожими товарами, удельный вес которой в общем товарообороте достаточно велик и имеет тенденцию к росту. Возрастающая отдача может быть результатом действия целого комплекса факторов и в большинстве случаев характерна для крупных предприятий. В теории принято различать два вида экономии на масштабе производства: внешнюю по отношению к фирме и внутреннюю. Внешняя экономия от масштаба связана с развитием отрасли в каком-либо регионе или стране, которые в силу тех или иных причин имели благоприятные возможности для отраслевой концентрации производства и получения возрастающей отдачи. Внутренняя экономия от масштаба связана с развитием непосредственно фирмы, а не отрасли. Серьезным отличием первого вида экономии от масштаба от второго является то обстоятельство, что внутренняя экономия от масштаба приводит к изменению структуры рынка совершенной конкуренции. Поэтому анализ эффекта масштаба непосредственно связан с анализом структур рынка.

7. Исследование эффекта воздействия экономии от масштаба на рыночные структуры содержится в работах П. Кругмана, который предложил модель международной торговли в условиях монополистической конкуренции. Монополистическую конкуренцию и внешнюю торговлю связывает идея расширения рынка в результате внеш-

неторгового обмена. В отраслях, где имеет место эффект масштаба, объем производства ограничен емкостью национального рынка. Торгуя друг с другом, страны могут сформировать общий рынок и преодолеть ограниченную емкость внутренних рынков. Каждая страна может специализироваться на более узком круге продуктов, чем при отсутствии внешней торговли. В то же время благодаря импорту потребительский выбор в стране отнюдь не станет меньше, а, возможно, будет более разнообразным. В результате взаимовыгодная торговля между странами может возникнуть уже не из-за разницы в ресурсах или технологиях, а по другим причинам. Модель торговли, в рамках монополистической конкуренции, показывает, что международная торговля увеличивает размеры рынка сбыта, при этом возрастает количество фирм и разнообразие торгуемых товаров, а цена товаров падает.

8. Значительным и постоянно растущим сектором современной международной торговли является не межотраслевая (обмен товарами разных отраслей), а внутриотраслевая торговля (VOT), при которой одна и та же страна импортирует и экспортирует товары одной и той же отрасли. Различают VOT гомогенными и дифференцированными товарами. Внутриотраслевая торговля может принимать форму торговли гомогенными товарами в целом ряде случаев, таких как трансграничная торговля, совместное производство и совместное потребление, транзитная торговля и др. Наиболее интересной является модель взаимного демпинга, предложенная Брандером и Кругманом в работах начала 1980-х гг. Это модель VOT гомогенным товаром между двумя странами, у которых внутренний рынок этого товара монополизирован только одним продавцом. Модель показывает, что если страны вступят в торговлю, возникнет конкуренция на внутреннем рынке, который до начала торговли полностью контролировался одним продавцом. При условии, что два монополиста не вступят в сговор, потребители будут получать выгоду по мере того, как конкуренция будет снижать цены.

9. Наиболее удовлетворительное объяснение VOT промышленными товарами — это дифференциация товаров, которая может принимать горизонтальную или вертикальную форму. В случае горизонтальной дифференциации товары различаются в основном с точки зрения стиля, внешних характеристик и т.д. В случае вертикальной дифференциации товары различаются по качеству, которое связано с эксплуатационными характеристиками. Обе формы дифференциации продукта могут служить основанием для международной торговли. Одна из широко известных моделей VOT горизонтально дифферен-

цированными товарами была предложена Ланкастером (1980). Она получила название «модель базовых свойств» (the core property model). Ланкастер рассматривал горизонтально дифференцированные товары как товары, которые обладают одними и теми же базовыми (core) свойствами, но содержат их в разных пропорциях. Альтернативный подход к анализу спроса на горизонтально дифференцированные товары был предложен Дикситом и Стиглицем (1977), которые полагали, что вместо того, чтобы отдавать предпочтение одному варианту товара перед другим (как в модели Ланкастера), потребители хотят потреблять множество различных вариантов, потому что им просто нравится разнообразие как таковое. Как и в модели Ланкастера, результатом станет внутриотраслевая торговля. Потребители от этого выигрывают, поскольку они получают больше вариантов одного и того же товара, из которых они могут выбирать, и рост числа вариантов увеличивает общую полезность для каждого отдельного типа функции полезности, используемой в этой модели. Однако потребители выигрывают и вследствие того, что снижаются средние издержки, а следовательно, и цены.

10. Подавляющее большинство теорий объясняет направления и структуру международной торговли со стороны предложения: страна, имеющая относительно более низкие издержки производства, будет экспортировать товар и иметь сравнительные преимущества в торговле. Вместе с тем международную торговлю можно рассматривать и со стороны спроса. Большой вклад в понимание того, как факторы спроса могут влиять на торговлю, был сделан Линдером (1961), который утверждал, что в то время как обеспеченность факторами производства играет важную роль в определении структуры торговли сырьевыми товарами, в торговле дифференцированными промышленными товарами более важны вкусы и предпочтения потребителей, т.е. их спрос. Сама же структура спроса зависит, в первую очередь от уровня дохода на душу населения в стране. Чем выше душевой доход, тем больше спрос на высококачественные и / или сложные промышленные товары. И наоборот, спрос в странах с низким доходом склоняется в сторону простых или низкокачественных товаров. Поэтому, по мнению Линдера, вопреки прогнозам на основе неоклассической модели, страны со схожими предпочтениями будут торговать между собой скорее больше, чем меньше. Это происходит потому, что товары первоначально будут экспортироваться в страны со схожим характером спроса. И поскольку структура спроса является функцией душевого дохода, страны со схожим уровнем душевого дохода будут активно торговать друг с другом.

11. При изучении ВОТ встает проблема ее измерения. Наиболее распространенной формулой для измерения ВОТ является формула Грубеля — Ллойда (1975). Но существуют и другие, среди которых The Balassa Index, The Aquino Formula, The Bergstran Method, Glejser Approach. Все эти подходы имеют свои плюсы и минусы, однако каждый из них при расчете степени внутриотраслевой торговли сталкивается с проблемой агрегирования данных. Проблема агрегирования данных состоит в том, что не очевидно, какие товары можно считать принадлежащими к одной и той же отрасли, а какие — к разным. В зависимости от ответа на этот вопрос получаются различные результаты измерения доли ВОТ в общих потоках международной торговли.

Ключевые термины к главе 3

Инновации	Несовершенная конкуренция
Инновация продукта	Монополистическая конкуренция
Инновация процесса	Олигополия
НИОКР	Дифференциация продукта
Технология	Гомогенные (идентичные) товары
Технологические изменения	Гетерогенные (дифференцированные) товары
Технический прогресс	Межотраслевая торговля
Обучение на опыте работы	Внутриотраслевая торговля
Человеческий капитал	Взаимный демпинг
Жизненный цикл товара	Дуополия
Имитационный лаг	Горизонтально дифференцированные товары
Эффект отдачи от масштаба	Вертикально дифференцированные товары
Положительный эффект масштаба	Пересекающийся спрос
Внешняя экономия от масштаба	Индекс внутриотраслевой торговли
Внутренняя экономия от масштаба	

Вопросы и задания для повторения и обсуждения к главе 3

1. Какие допущения теории Хекшера — Олина могут быть ослаблены без ущерба для основных выводов этой модели? Ослабление каких допущений приводит к несостоятельности теории Хекшера — Олина?
2. Сравните модель технологического разрыва и модель жизненного цикла товара. Выделите основные общие черты и различия этих моделей международной торговли.
3. Охарактеризуйте различные стадии в модели жизненного цикла товара.

4. Что такое статический и динамический анализ международной торговли? Приведите примеры.
5. Что означает монополистическая конкуренция? Как мы можем использовать эту модель для анализа внутриотраслевой торговли?
6. Почему дифференциация продукта сама по себе не может объяснить феномен внутриотраслевой торговли? Какую роль здесь играет экономия на масштабе производства?
7. В чем заключается проблема агрегирования при вычислении индекса внутриотраслевой торговли?
8. В чем отличие модели Ланкастера от модели Дикзита — Стиглица?
9. Почему модель взаимного демпинга считается моделью внутриотраслевой торговли гомогенными товарами?
10. Какую роль играет душевой доход в модели пересекающегося спроса?

ГЛАВА 4

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА

4.1. ВВЕДЕНИЕ

Как мы видели в предыдущих главах, открытие экономики и развитие внешней торговли приводит к разнообразным и часто противоречивым последствиям для различных стран мира. С одной стороны, свободная торговля позитивно воздействует на все страны и на общество в каждой из стран в целом. С другой же стороны, эффекты свободной торговли неравномерно распределяются между различными странами и различными социальными слоями и группами в этих странах: одни страны получают больший выигрыш от международной торговли, чем другие, и одни группы населения в той или иной стране, безусловно, оказываются в большем выигрыше по сравнению с другими. Поэтому встает проблема распределения выгод от торговли между теми, кто выиграл в большей степени, и теми, кто выиграл в меньшей степени (или проиграл). Именно этой цели служит торговая политика, которую можно определить как целенаправленные действия национального государства по регулированию направлений и структуры внешней торговли страны. Отметим также, что цели торговой политики могут быть достигнуты также путем использования инструментов налоговой, валютной и кредитной политики, которые в определенных случаях действуют более эффективно и быстро.

Логика изложения материала этой главы будет следующей. Сначала мы рассмотрим важнейший инструмент торговой политики страны — таможенный тариф и разнообразные эффекты его влияния на экономику малой и большой страны. Затем мы дадим характеристику нетарифных барьеров, которые в последние годы получают все большее распространение. Это такие важные инструменты торговой политики, как квоты, добровольные ограничения экспорта, технические и административные барьеры, субсидии, антидемпинговые пошлины и др. Завершим главу изучением деятельности таких организаций, как ГАТТ и ВТО, которые внесли существенный вклад в процесс многосторонней либерализации торговли, и дадим оценку противоречивым последствиям вступления России в ВТО.

4.2. ВВЕДЕНИЕ ТАМОЖЕННОГО ТАРИФА: ПОНЯТИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Несмотря на широкое использование термина «тариф» в теории и практике торговой политики, иногда возникают сложности с пониманием значения этого понятия. Рассмотрим в этом разделе понятие тарифа, его виды и причины введения, а также воздействие на экономику.

4.2.1. Понятие таможенного тарифа

В зависимости от контекста термин «тариф» может употребляться в трех основных значениях. В самом общем плане тариф означает систему ставок, определяющих размер платы за различные услуги. Наиболее распространенными являются транспортные тарифы, коммунальные тарифы, а также таможенные тарифы. Отсюда вытекает второе, основное значение тарифа — *таможенный тариф как ставка таможенной пошлины* (налога), которым государство облагает товары при вывозе из страны или ввозе в страну. В этом случае можно поставить знак равенства между таможенным тарифом и таможенной пошлиной. Именно в таком значении мы и будем употреблять понятие тарифа в нашем изложении. И, наконец, третий, самый узкий смысл этого понятия — таможенный тариф той или иной страны как совокупность ставок таможенных пошлин. Например, таможенный тариф Российской Федерации — это свод (система) ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу Российской Федерации и систематизированным в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности.

4.2.2. Виды таможенных пошлин

Таможенные тарифы — весьма распространенное явление. На сегодняшний день все страны без исключения используют тарифы в качестве важнейшего инструмента своей торговой политики. Существуют различные классификации таможенных пошлин. Так, они могут быть экспортными и импортными в зависимости от того, к какому товару они применяются — импортируемому в страну или экспортируемому из страны. Импортные тарифы используются гораздо шире, чем экспортные, и основное внимание в этой главе будет уделено именно импортным тарифам (или пошлинам). По законодательству ряда стран (например, США), экспортные тарифы запрещены. Но они

часто используются развивающимися странами при вывозе товаров их традиционного экспорта. Россия также относится к числу стран, где экспортные пошлины используются достаточно широко. Основной целью введения экспортных таможенных пошлин служит увеличение государственных доходов, поскольку в этом случае они легче поддаются учету и сбору.

И экспортные, и импортные пошлины могут различаться в зависимости от того, каким способом они исчисляются. Выделяют адвалорные, специфические и смешанные пошлины. *Адвалорная пошлина* (ad valorem tariff) определяется как фиксированный процент от стоимости единицы торгуемого товара. *Специфическая пошлина* (specific tariff) определяется как фиксированная сумма денег на физическую единицу (количество, вид, площадь, объем) торгуемого товара. Смешанная пошлина (compound tariff) представляет собой комбинацию адвалорной и специфической пошлины. Например, адвалорный налог в 15% означает, что при ввозе каждого мотоцикла стоимостью 1000 дол. вы должны заплатить пошлину размером в 150 дол. Специфическая пошлина размером 25 дол. означает, что при ввозе мотоциклов любой стоимости вы должны заплатить по 25 дол. за каждый мотоцикл. Смешанная пошлина в данном случае будет означать, что за каждый ввозимый мотоцикл стоимостью 1000 дол. вы должны заплатить пошлину в 175 дол. (150 дол. как адвалорный налог и 25 дол. как специфический налог).

4.2.3. Причины введения тарифов

Страны используют тарифы в своей торговой политике по ряду причин. Во-первых, тариф, как и любой другой налог, может содействовать снижению потребления того или иного товара. Введение тарифа на импортируемый товар делает его относительно более дорогим для потребителей.

Во-вторых, целью введения тарифов может быть увеличение государственных доходов в стране, которая вводит тарифы. Развитые страны редко вводят тарифы специально для увеличения государственных доходов, поскольку эти страны имеют соответствующую институциональную структуру, позволяющую им в значительной степени полагаться на налоги с доходов частных лиц и корпораций. Так, в США, начиная с 1950-х гг., доля поступлений от тарифов составляет менее 5% доходов федерального правительства. Для сравнения: в начале XX в. эта доля составляла порядка 50%, а в середине XIX в. — около 90%. Многие развивающиеся страны до сих пор используют тарифы в качестве основного источника государственных доходов, необходи-

мых для финансирования государственной деятельности. Эффективное управление налогами на доходы требует квалифицированной бюрократии и грамотного населения. Страны, у которых отсутствуют эти предпосылки, вынуждены больше полагаться на доходы от тарифов (таможенных пошлин) и усиленно контролировать свои таможенные границы.

В-третьих, причиной использования тарифов может выступать необходимость сокращения импорта для уменьшения дефицита торгового баланса. В этом случае страна облагает тарифами подавляющее большинство товаров, чтобы сократить стоимость импорта, одновременно проводя политику поощрения экспорта в целях увеличения экспортных поступлений.

И, в-четвертых, наиболее распространенной причиной использования тарифов является защита отдельных отраслей местной промышленности от иностранной конкуренции. Импортный тариф позволяет местным производителям занять большую долю рынка и продавать свои товары по более высокой цене, чем это было бы возможно в отсутствие тарифа. Хорошим примером здесь служат импортные пошлины на ввоз автомобилей на территорию России.

4.2.4. Экономика малой и большой страны

Введение тарифа, безусловно, оказывает воздействие на экономику страны. Последствия введения тарифов принято называть эффектами тарифов. Мы будем рассматривать такие виды эффектов, как эффект защиты, эффект потребления, эффект доходов, эффект перераспределения и др. Все эти эффекты по-разному воздействуют на страну, которая ввела тариф, в зависимости от того, является ее экономика большой или малой.

Экономика малой страны. Экономика страны является малой, если изменение с ее стороны спроса на импортные товары не приводит к сколько-нибудь существенным сдвигам в мировой цене на них. Подчеркнем, что это понятие не подразумевает страну, маленькую по площади; это взгляд на страну исключительно с точки зрения ее влияния на мировые рынки. Малая страна продает и покупает по ценам мирового рынка, не оказывая заметного влияния на них, поскольку доли ее продаж и покупок слишком малы, чтобы оказывать такое влияние. Другими словами, условия торговли малой страны формируются за ее пределами и независимо от нее, и страна принимает решения об экспорте и импорте в соответствии с этими заданными извне условиями.

Экономика большой страны. Аналогичным образом экономика страны считается большой, если изменение с ее стороны спроса на зарубежные товары оказывает влияние на уровень мировых цен. Большая страна занимает такую крупную нишу на мировом рынке, что этого достаточно для того, чтобы влиять на собственные условия торговли. Так, США играют на многих рынках достаточно весомую роль, чтобы оказывать влияние на мировые цены через торговлю. Поэтому когда говорят об экономике большой страны, имеют в виду прежде всего экономику США. Однако многие другие страны также являются «большими странами» на отдельных рынках. Некоторые развивающиеся страны, например, поставляют весьма существенные доли некоторых товаров на мировой рынок и, следовательно, обладают определенной рыночной силой или властью.

4.2.5. Излишки потребителя и производителя в условиях автаркии

Введение импортного тарифа изменяет цену товаров в экспортирующей и импортирующей стране: в первой она снижается, а во второй повышается. В результате потребители в импортирующей стране теряют, а потребители в экспортирующей стране оказываются в выигрыше. Производители, наоборот, выигрывают в импортирующей стране и проигрывают в стране-экспортере. Государство, вводящее таможенную пошлину, получает доход. Чтобы количественно сопоставить все выгоды и потери или эффекты введения тарифа, необходимо ввести такие понятия, как излишек потребителя и излишек производителя в условиях автаркии.

Излишек потребителя. Излишек потребителя измеряется разностью между ценой товара, которую потребители готовы заплатить, чтобы приобрести этот товар, и ценой, которую они реально должны заплатить при его покупке. Излишек потребителя означает удовлетворение или выгоду, получаемую потребителями от товара сверх заплаченной за него суммы.

Графическая иллюстрация понятия излишка потребителя представлена на рис. 4.1 (а). На горизонтальной оси показано количество товара, а на вертикальной — его цена. Вспомним, что высота кривой спроса D (в каждой точке) измеряет максимальную сумму, которую потребители готовы и в состоянии заплатить за каждую последующую единицу товара. Поскольку никто не будет платить за товар больше, чем этого требует удовлетворение, получаемое от его потребления, высота кривой спроса представляет собой удовлетворение, вытекающее из потребления каждой единицы товара. Если потребители нуждаются

в Y^0 единицах товара, то общее удовлетворение должно равняться площади под кривой спроса на товар Y слева от Y^0 или суммарному удовлетворению, получаемому от каждой единицы товара Y . Но потребители должны заплатить P_Y^0 за каждую единицу товара, другими словами, общая сумма затрат на Y равняется площади прямоугольника $0P_Y^0CY^0$. Из этого вытекает, что чистое удовлетворение от потребления Y^0 единиц, после вычета всех затрат, есть площадь под кривой спроса слева от Y^0 и выше P_Y^0 , т.е. треугольник P_Y^0EC . На рисунке 4.1 (а) заштрихованный треугольник ниже кривой спроса, но выше горизонтальной линии цены (цены равновесия) иллюстрирует понятие излишка или выигрыша потребителя.

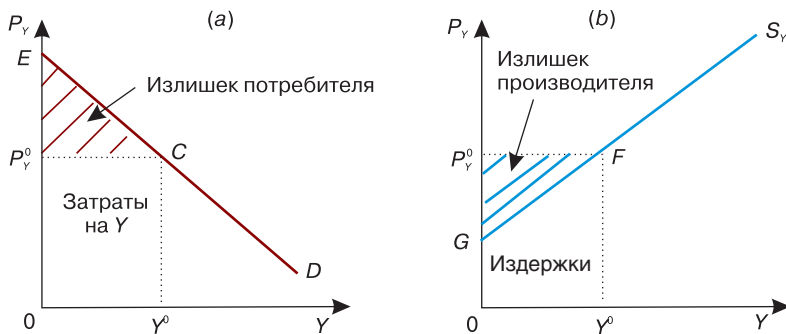


Рис. 4.1. Излишек потребителя (а) и излишек производителя (б)

Излишек производителя. Излишек производителя измеряется доходом производителей, получаемым сверх необходимого минимума, наличие которого побуждает производителя поставлять товар на рынок; фактически это разность между текущей рыночной ценой товара и минимальной ценой, по которой производитель готов продать свой товар. Графическая иллюстрация понятия излишка потребителя представлена на рис. 4.1 (б). Высота кривой предложения представляет собой минимальную цену, при которой производители будут готовы поставлять на рынок каждую единицу товара. Минимальная цена растет с уровнем производства, поскольку растут альтернативные издержки. Если рыночная цена равняется P_Y^0 , и фирмы поставляют Y^0 единиц товара, излишек или выигрыш производителя будет представлять собой площадь выше кривой предложения, слева от Y^0 и ниже P_Y^0 . Минимальный доход, который производители должны получить, чтобы произвести Y^0 , покрывая производственные издержки, равняется площади $0GFY^0$. Разница или площадь GP_Y^0F и есть излишек производителя.

Определив понятия излишка потребителя и излишка производителя, используем их для рассмотрения эффектов введения тарифа в малой стране.

4.3. ВВЕДЕНИЕ ИМПОРТНОГО ТАРИФА В МАЛОЙ СТРАНЕ

Мы начнем с анализа ситуации частичного равновесия в условиях малой страны, т.е. будем рассматривать последствия введения импортного тарифа на рынке товара, на который введен тариф. Графически эта ситуация представлена на рис. 4.2.

4.3.1. Равновесие на рынке товара X в стране, вводящей тариф

Ситуация автаркии. Как всегда, начнем с анализа рынка товара X в условиях автаркии. На рисунке 4.2 представлены спрос и предложение на товар X на внутреннем рынке страны до введения тарифа: D_d и S_d . В условиях автаркии равновесие на рынке товара X достигается в точке E , где Q_0 единиц товара X продается и покупается по цене P_0 . При свободной (не ограниченной тарифами) торговле равновесная мировая цена на товар X равняется P_w , что ниже внутренней цены P_0 . Такая ситуация означает, что товар X для нашей страны не является товаром ее сравнительного преимущества и что страна импортирует этот товар.

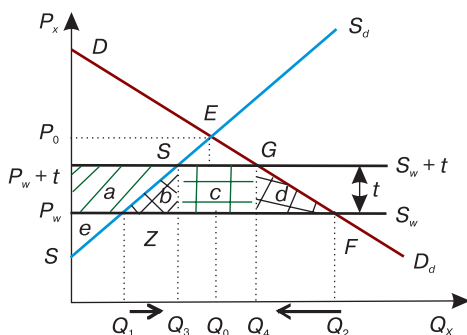


Рис. 4.2. Последствия введения импортного тарифа на товар X в малой стране

Ситуация свободной торговли. Поскольку страна является малой, она может закупать в неограниченном количестве товар X на мировом рынке по цене P_w , не оказывая влияния на эту цену. Горизонтальная

прямая мирового, совершенно эластичного предложения товара X — S_W , отражает эту ситуацию малой страны. В условиях свободной торговли экономика малой страны будет находиться в точке F , потребляя Q_2 единиц товара X , производя внутри страны Q_1 единиц товара X и импортируя $Q_2 - Q_1$ единиц товара X (все цены мировые — P_W). И хотя в этой ситуации потребители малой страны получают больше товара X по более низкой цене, чем в условиях автаркии, производители малой страны производят меньше товара X и продают его по более низкой цене ($Q_1 < Q_0$ и $P_W < P_0$). Получается, что в результате свободной торговли местные производители товара X испытывают конкуренцию со стороны иностранных производителей и терпят убытки. Поэтому в стране начинается лоббирование введения импортного тарифа на товар X .

Ситуация после введения импортного тарифа. Предположим, что страна вводит специфический тариф t на единицу ввозимого товара X для улучшения положения местных производителей. Горизонтальная прямая $S_W + t$ иллюстрирует новую кривую мирового предложения товара X для малой страны. Поскольку малая страна не может влиять на уровень мировых цен (на условия торговли товаром X), то тариф просто повышает цену импортного товара X с P_W до $P_W + t$. Это означает, что равновесие на рынке товара X перемещается из точки F (ситуация свободной торговли) в точку G (ситуация после введения импортного тарифа). В результате будет потребляться меньшее количество товара X по более высокой цене (соответственно, Q_4 и $P_W + t$). При этом местное производство увеличится с Q_1 до Q_3 , а импорт сократится с $Q_2 - Q_1$ до $Q_4 - Q_3$ единиц товара X .

Итак, в результате введения импортного тарифа на товар X потребители этого товара стали получать его меньше и по более высокой цене, а местные производители стали поставлять его на рынок больше и по более высокой цене. Попробуем более точно определить общие потери или рост благосостояния страны, используя при этом введенные понятия излишка потребителя и излишка производителя.

4.3.2. Влияние импортного тарифа на потребителя и производителя в малой стране

Проанализируем влияние введения импортного тарифа на производителя и потребителя, используя введенные нами понятия излишка производителя и излишка потребителя (подпараграф 4.2.5). В условиях автаркии излишек потребителя равняется площади треугольника P_0ED на рис. 4.2. В условиях свободной торговли излишек потребителя

возрастает до $P_W DF$. Когда страна вводит налог на импорт товара X (а именно рынок этого товара мы сейчас изучаем — случай частичного равновесия), выигрыш потребителя уменьшается до $(P_W + t)GD$. Следовательно, введение тарифа сокращает выигрыш на площадь, ограниченную $P_W(P_W + t)GF$. Мы можем количественно определить эти потери потребителя как эффекты дохода, перераспределения, защиты (производства) и потребления в результате введения тарифа. Отметим, что мы анализируем ситуацию в условиях тарифа по сравнению с ситуацией свободной торговли. Если же анализировать ситуацию наличия тарифа по сравнению с ситуацией автаркии, то выигрыш потребителя здесь будет больше, чем в условиях автаркии.

Эффект дохода. Прямоугольник c означает перемещение излишка потребителя в руки государства, которое получает доходы от тарифа. Общая сумма доходов государства равняется произведению объема импорта в условиях тарифа на уровень тарифа в расчете на единицу товара X , т.е. $(Q_4 - Q_3) \cdot t$. И хотя тариф как бы перемещает эти доходы от потребителей к государству, часто предполагается, что государство использует их для финансирования расходов, которые бы в противном случае финансировались за счет тех или иных местных налогов. Следовательно, эффект дохода не означает чистую потерю благосостояния страны, а просто его трансферт. Итак, потребители товара X лишаются части своего излишка, но получают взамен снижение внутренних налогов, что становится возможным в результате введения налога.

Эффект перераспределения. Четырехугольник a означает перемещение излишка потребителей в пользу местных производителей, которые производят товар X и конкурируют с иностранными производителями этого же товара. Подобно эффекту дохода, эффект перераспределения — это не чистые потери общества, а только трансферт выигрыша от потребителей к производителям. Этот трансферт имеет место, поскольку потребители платят более высокую цену, которую запрашивают местные производители в условиях тарифа. В условиях свободной торговли выручка местных производителей товара X равнялась прямоугольнику $OP_W ZQ_1$, а в условиях тарифа она выросла до $0(P_W + t)VQ_3$. Правда, производители несли дополнительные издержки, поскольку их производство возросло (с Q_1 до Q_3), но их выигрыш все-таки увеличился на величину a .

Эффект защиты. Треугольник b означает эффект защиты (его иногда называют эффектом производства). Объем выпуска от Q_3 до Q_1 ныне производится внутри страны, а не импортируется, как было в условиях свободной торговли. Затраты на производство внутри страны каждой единицы товара X (высота кривой внутреннего предложения)

теперь превышают затраты на его импорт (высота кривой мирового предложения, S_W). Треугольник b — это чистые потери (deadweight loss) малой страны в результате введения импортного тарифа, поскольку эти потери выигрыша потребителя не передаются какой-либо другой группе общества, а расходуются на неэффективное внутреннее производство. Внутреннее производство товара X от Q_3 до Q_1 неэффективно, поскольку малая страна — это страна с более высокими альтернативными издержками производства товара X по сравнению с иностранными конкурентами, где альтернативные издержки ниже.

Эффект потребления. Треугольник d представляет собой еще один элемент чистых потерь малой страны. Эффект потребления означает потери излишка потребителей, которые являются следствием того, что в условиях тарифа потребитель больше не получает объем товара X от Q_4 до Q_2 по цене P_W , т.е. цене мирового рынка. Для каждой единицы товара X в промежутке внутреннего производства от Q_4 до Q_2 стоимость товара X (измеряемая высотой кривой внутреннего спроса) теперь выше по сравнению со стоимостью импортируемого товара X (измеряемой высотой кривой мирового предложения). Тариф, следовательно, снижает потребление и благосостояние малой страны.

Итак, зоны b и d — это чистые потери общества от введения импортного тарифа, поскольку все другие потери означают просто трансферт выигрыша от одной группы к другой внутри страны. Чистые потери вследствие введения тарифа часто называют издержками тарифа (cost of the tariff).

Чистый эффект благосостояния от введения импортного тарифа в малой стране. Итак, мы выяснили, что в условиях малой страны, в результате введения импортного тарифа, в выигрыше оказываются производители и государство, а в проигрыше — потребители. А каков же чистый эффект благосостояния страны от введения импортного тарифа? Очевидно, что он отрицателен. Совокупный выигрыш производителя и государства равняется сумме $(a + c)$, а совокупный проигрыш потребителя равняется сумме $(a + b + c + d)$. Чистые потери благосостояния в малой стране $(b + d)$ можно оценить количественно, если знать конкретную ставку импортного налога и величину сокращения импорта или эластичность спроса по цене. Эти потери связаны с неэффективной деятельностью производителей, выпускающих больше товаров без увеличения конкурентоспособности, а также с тем, что вследствие обложения иностранного товара импортной пошлиной потребитель вынужден либо тратить на его приобретение большую сумму денег, либо приобретать его в меньших количествах, либо и то и другое одновременно.

Безусловно, проведенный анализ несколько упрощает последствия введения импортного тарифа. Поскольку мы рассматривали ситуацию частичного равновесия, мы не учитывали, например, влияния импортного тарифа на положение дел на рынках других товаров и т.д. Вместе с тем общий вывод анализа, безусловно, верен: введение тарифа уменьшает благосостояние страны, которая его ввела.

4.4. ВВЕДЕНИЕ ИМПОРТНОГО ТАРИФА В БОЛЬШОЙ СТРАНЕ

Рассмотрим теперь, каким образом влияет введение импортного тарифа на экономику большой страны. Мы можем предположить, что эти эффекты будут отличаться от аналогичных эффектов в малой стране, поскольку большая страна может оказывать влияние на условия торговли (мировые цены) в отличие от малой страны, которая «получает» свои условия торговли как заданную извне величину.

4.4.1. Равновесие на рынке товара X в большой стране

Кривая совокупного предложения в большой стране. Сначала рассмотрим, как формируется кривая совокупного предложения товара X (просто торгуемый товар) в большой стране. На рисунке 4.3 дана графическая иллюстрация этого процесса.

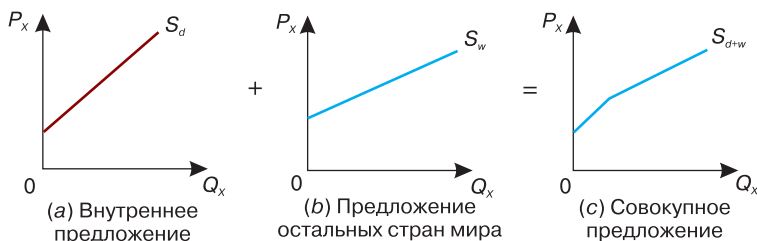


Рис. 4.3. Кривая совокупного предложения товара X в большой стране

Кривая предложения товара X в большой стране формируется путем суммирования внутреннего предложения товара (рис. 4.3 (a)) и предложения товара из остальных стран мира (рис. 4.3 (b)): $S_d + S_w = S_{d+w}$. Теперь используем эту кривую совокупного предложения для анализа влияния импортного тарифа на товар X в большой стране. Этапы анализа будут аналогичны тем, с которыми мы имели дело в случае с малой страной, однако выводы будут несколько иными.

Равновесие в условиях свободной торговли: излишки производителя и потребителя. На рисунке 4.4 показана кривая совокупного предложения S_{d+w} и кривая внутреннего спроса D_d на товар X в большой стране. Равновесие в условиях свободной торговли достигается в точке C . Жители страны потребляют Q_0 единиц товара X (из них Q_1 единиц производится внутри страны и $Q_0 - Q_1$ единиц импортируется) по цене равновесия P_0 . Для первых произведенных Q_1 единиц выпуска внутреннее производство осуществляется с меньшими издержками, нежели импорт; единицы товара X , произведенные сверх количества Q_1 , вырабатываются с более высокими издержками, нежели импортируемые товары X . Излишки потребителя и производителя в условиях свободной торговли равняются зонам P_0EC и GP_0F соответственно.

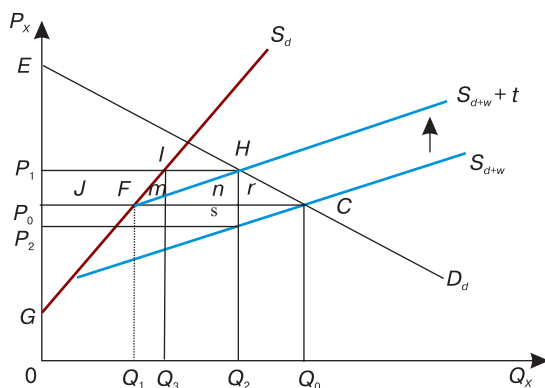


Рис. 4.4. Последствия введения импортного тарифа на товар X в большой стране

4.4.2. Эффекты введения тарифов в большой стране

После того как большая страна вводит импортный тариф в размере t на каждую единицу импортируемого товара, кривая совокупного предложения сдвигается параллельно вверх на расстояние t , трансформируясь в кривую $S_{d+w} + t$. За каждую единицу импортного товара X местные потребители теперь должны платить на t больше. Точка H представляет собой точку нового равновесия в условиях импортного тарифа. Внутренняя цена товара X возрастает до P_1 ; потребляется Q_2 единиц товара X , из них внутри страны производится Q_3 и $Q_2 - Q_3$ импортируется. Излишек потребителя теперь равняется зоне P_1EH , а излишек производителя — зоне GP_1I . Зона j представляет трансферт излишка потребителя в излишек производителя (эффект перераспределения), зона m — это чистые потери общества от неэффективно вы-

сокого уровня внутреннего производства (эффект производства или эффект защиты), зона r — это чистые потери общества вследствие неэффективно низкого внутреннего потребления (эффект потребления), зона n — трансферт тарифных доходов от внутреннего потребителя к государству.

Отметим, однако, что зона n не исчерпывает всех доходов от введения тарифов. Общие тарифные доходы должны равняться объему импорта ($Q_2 - Q_3$), умноженному на величину тарифа (вертикальное расстояние между кривыми предложения S_{d+w} и $S_{d+w} + t$). Эффект дохода (зона n) — это только одна часть общего дохода — доля, уплаченная местными потребителями за товар X , причем по более высокой цене (т.е. P_1 вместо P_0). Зона s представляет собой вторую часть этого дохода, часть, «вложенную» иностранными производителями товара X в форме более низких цен на этот товар. До введения тарифа иностранные производители получали цену P_0 за каждую единицу товара X , которую они экспортировали. После введения тарифа они получают только P_2 , т.е. цену, уплачиваемую местными потребителями (P_1), за вычетом величины тарифа, потому что тариф идет местному правительству, а не иностранным производителям.

Почему тариф вынуждает иностранных производителей «соглашаться» с более низкой ценой на товар X ? Тариф увеличивает цену товара, уплачиваемую местными потребителями, снижая в то же время спрос на этот товар. Страна, вводящая тариф, достаточно велика для того, чтобы это сокращение спроса имело значительное влияние на рынок. Когда иностранные производители сталкиваются со значительным сокращением спроса на их товар, их альтернативные издержки также сокращаются, а вместе с ними и цена. Этот тарифный эффект называется эффектом условий торговли. Эффект дохода, в случае большой страны, как бы распадается на две части: эффект внутренних доходов и эффект условий торговли.

Итак, анализ эффектов благосостояния (зоны j , m , n , и r на рис. 4.4) полностью совпадает с аналогичным анализом в малой стране. Однако большая страна получает еще и выгоды в форме тарифного дохода, уплаченного иностранными производителями (зона s). Если чистые потери (эффект производства и эффект потребления) превышают этот эффект дохода (эффект условий торговли), то введение тарифа в целом вредит большой стране. Если доход от иностранных производителей превышает чистые потери, большая страна может улучшить свое благосостояние вследствие введения импортного тарифа. Таблица 4.1 суммирует полученные результаты.

**Введение тарифа в большой стране:
возможные чистые эффекты благосостояния**

Если	Тогда
$m + r = s$	Нулевой эффект благосостояния для большой страны. Отрицательный эффект благосостояния для остальных стран
$m + r < s$	Положительный эффект благосостояния для большой страны. Отрицательный эффект благосостояния для остальных стран
$m + r > s$	Отрицательный эффект благосостояния для большой страны. Отрицательный эффект благосостояния для остальных стран

Итак, мы выяснили, каким образом тариф оказывает влияние на распределение дохода внутри страны. Внутренние производители товара X получают выигрыш за счет потребителей. В долгосрочном периоде, когда ресурсы или факторы производства свободно перемещаются между отраслями, в соответствии с теоремой Столпера — Самуэльсона (параграф 2.4), владельцы ресурсов, которые интенсивно используются в производстве товара X , выигрывают, а владельцы ресурсов, которые интенсивно используются в производстве других товаров, проигрывают.

Тариф также вызывает перераспределительный эффект между странами. Даже если большая страна выигрывает в результате введения тарифа, все остальные страны проигрывают, поскольку источником выигрыша большой страны выступают потери других стран, которые вынуждены соглашаться с более низкими ценами на свой экспорт в большую страну. Другими словами, тариф оказывает отрицательное влияние на мировое благосостояние в целом вне зависимости от того, какие страны (по размеру) вовлечены в торговлю в условиях тарифов. Тарифы стимулируют неэффективное производство и потребление и ведут к потере части выгод от торговли. Если отрасли, участвующие в торговле, используют экономию на масштабе производства, тарифы могут сдерживать такие процессы, также способствуя снижению эффективности производства и экспорта.

4.4.3. Оптимальный тариф в большой стране

Понятие оптимального тарифа. Из таблицы 4.1 видно, что большая страна имеет возможность улучшить свое благосостояние в результате введения импортного тарифа, причем за счет ухудшения благосостояния других стран. Большая страна, вводя тариф и оказывая тем самым воздействие на уровень мировой цены, за счет улучшения своих условий торговли может получить одностороннее преимущество и по-

высить уровень общественного благосостояния. Это может происходить в том случае, когда внутренний спрос большой страны на определенный товар настолько велик, что его изменение влияет на уровень мировых цен. Так, введение импортного тарифа в большой стране сокращает спрос на него на внутреннем рынке, вследствие чего мировая цена на товар снижается. В результате большая страна уменьшает объем торговли, но условия торговли при этом улучшаются. Падение объемов торговли ведет к ухудшению благосостояния страны, а улучшение условий торговли — к его росту.

Существует ли ситуация, при которой положительный эффект улучшения условий торговли превышает потери от сокращения объемов торговли? Экономисты полагают, что благосостояние страны максимизируется в том случае, когда ставка тарифа является оптимальной. **Оптимальный тариф** — это такая ставка тарифа, при которой предельная выгода от улучшения условий торговли точно равна предельной эффективности потерь от введения тарифа, возникающих в результате сокращения внутреннего потребления и наращивания малоэффективного собственного производства товаров. Следовательно, оптимальный уровень тарифа всегда имеет положительное значение ($t_o > 0$), но он меньше запретительного тарифа ($t_o < t_p$).

Формула расчета оптимального тарифа имеет вид:

$$t_o^j = (t_j - \Sigma a_{ij} t_i) / (1 - \Sigma a_{ij}), \quad (4.1)$$

где t_o^j — оптимальная ставка тарифа в j -той отрасли,
 t_j — номинальная ставка тарифа в j -той отрасли,
 t_i — номинальная ставка тарифа в i -той отрасли,
 a_{ij} — доля продукции i -той отрасли в объеме производства j -той отрасли по ценам свободной торговли.

Влияние оптимального тарифа на благосостояние большой страны.

В нашем примере оптимальный тариф должен находиться на уровне, который максимизирует чистый выигрыш большой страны [$s - (m + r)$]. Положительный эффект возникает, если прибыль от улучшения условий торговли превышает потери в результате увеличения менее эффективного внутреннего производства и уменьшения внутреннего потребления. Отметим, что оптимальный тариф для малой страны всегда равен нулю вследствие отсутствия эффекта условий торговли ($s = 0$). У большой страны введение импортного тарифа сначала увеличивает благосостояние, а потом, начиная с определенного момента, снижает его (рис. 4.5).

В условиях свободной торговли (при нулевом тарифе $t = 0$) экономическое благосостояние страны равно U_1 . По мере роста импорт-

ного тарифа экономическое благосостояние страны увеличивается до тех пор, пока не достигнет точки E , которая соответствует уровню оптимального тарифа t_o и максимальному уровню благосостояния U_2 . Именно в этой точке выгоды от улучшения условий торговли, в результате введения тарифа, превышают потери страны от сокращения объемов торговли. Затем, по мере того как ставка импортного тарифа продолжает возрастать, экономическое благосостояние страны начинает снижаться до тех пор, пока не достигнет уровня U_3 , т.е. уровня, при котором импорт в страну станет невыгодным. Такой уровень тарифа (t_p) называется запретительным. Дальнейший рост тарифа уже не окажет влияния на экономическое благосостояние страны, поскольку импорт будет находиться на нулевой отметке.

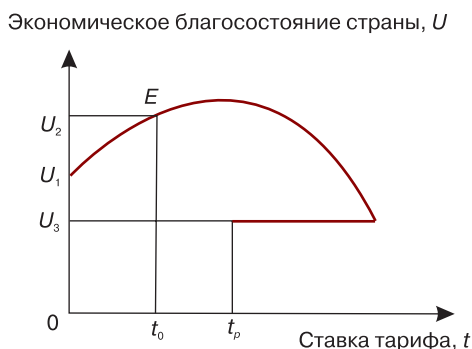


Рис. 4.5. Влияние оптимального тарифа на благосостояние большой страны

Оптимальный тариф и эластичность импорта: парадокс Метцлера.

В теории тарифа возможна такая ситуация, когда введение импортного тарифа на товар приводит к снижению внутренних цен на этот товар. Такое явление получило название парадокса Метцлера — по имени ученого, впервые описавшего его (1949). Такая ситуация может возникнуть тогда, когда импортер предъявляет очень неэластичный спрос на экспортную продукцию защищенной тарифом страны; и для того, чтобы получить выручку для приобретения импортного товара, ему приходится резко снижать цену на свою экспортную продукцию. В результате мировая цена на товар снизится больше, чем на величину вводимого тарифа.

В большинстве случаев такая ситуация характерна для ряда сельскохозяйственных товаров, обладающих низким уровнем эластичности потребления. Поставщик после введения импортной пошлины, опасаясь потерять большой экспортный рынок, может пойти на сни-

жение цены, превышающее величину вводимого налога. Графически такая ситуация представлена на рис. 4.6.

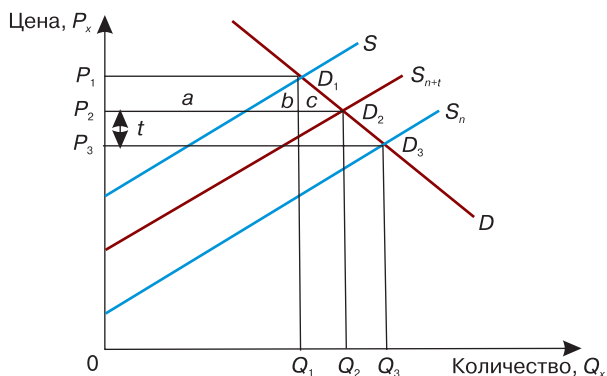


Рис. 4.6. Парадокс Метцлера

На рисунке 4.6 кривая S показывает предложение товара X на мировом рынке до введения тарифа, кривая S_{n+t} — предложение товара на момент введения импортного тарифа и кривая S_n — кривая предложения на мировом рынке после введения тарифа t , когда поставщики, опасаясь потерять свои экспортные рынки, снизили цену товара на величину P_1P_3 , которая превышает величину тарифа t . Кривая D отражает динамику спроса на товар X в зависимости от его цены.

При снижении цен объем расходов потребителей, в связи с общим увеличением поставок с Q_1 до Q_2 , будет определяться площадью прямоугольника $P_2D_2Q_2O$ вместо величины, равной площади $P_1D_1Q_1O$, а выгода для потребителей составит сумму областей $a + b + c$. Обязательным условием, при котором экспортеры оказываются готовыми пойти на такое снижение цены, выступает большая величина потребления в импортирующей стране, вводящей новые таможенные пошлины. Примером возникновения парадокса Метцлера могут служить поставки масла из Новой Зеландии в Великобританию, которая является основным потребителем новозеландского масла. Вступление Великобритании в общий рынок и последовавшее за этим увеличение ввозных пошлин заставило новозеландских поставщиков резко снизить цену, невзирая на уменьшение прибыли, с целью сохранения большей части английского рынка.

Оптимальный тариф и угроза ответных мер. Политика введения оптимального тарифа, направленная на увеличение своего благосостояния за счет других стран, называется политикой по разорению соседа.

Ее особенность состоит в том, что она всегда связана с опасностью ответных мер (retaliation). Оптимальный тариф вводится при предположении, что торговые партнеры будут бездействовать, столкнувшись с понижением цен на свой экспорт и ухудшением условий торговли. Это допущение не всегда соответствует действительности. Скорее всего, ухудшение условий торговли экспортирующей страны приведет к введению тарифов с ее стороны. Взаимные тарифные ограничения могут привести к тарифной войне, которая в конечном итоге снижает объем взаимной торговли и общее благосостояние торгующих стран.

Итак, мы рассмотрели важнейшие вопросы теоретического анализа последствий введения импортных тарифов. Какую роль играют тарифы в реальной жизни в качестве барьера для потоков международной торговли? По окончании Второй мировой войны средний уровень тарифов на промышленные товары составлял примерно 40%. В настоящее время средний уровень таможенного обложения в мире — порядка 5%. В целом тарифы выше в развивающихся странах по сравнению с развитыми странами. (Более подробно мы будем говорить об этом в последнем параграфе этой главы, где будут обсуждаться последствия многосторонних переговоров по либерализации международной торговли в рамках ГАТТ / ВТО.)

4.5. НЕТАРИФНЫЕ БАРЬЕРЫ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Тарифы, уровень которых значительно снизился за последние 50 лет, больше не являются серьезным препятствием для торговли. На первый план выступают теперь так называемые нетарифные барьеры, которые в последние годы получили большое распространение и которые препятствуют свободным потокам международной торговли. Изучению нетарифных барьеров мы и посвятим этот параграф.

4.5.1. «Новый протекционизм» и его причины

По мере того как тарифы снижаются и постепенно теряют свое значение, страны расширяют использование других инструментов для защиты своего рынка от иностранных конкурентов. Эти инструменты (или методы), не относящиеся к тарифным, принято называть *нетарифными мерами или барьерами* (НТБ). В отличие от таможенного тарифа НТБ применяются в равной степени как в отношении импорта, так и в отношении экспорта. Процесс распространения в последние десятилетия нетарифных мер защиты внутреннего рынка иногда на-

зывают «новым протекционизмом» или «неопротекционизмом», и его расширение вызывает озабоченность экономистов, занимающихся проблемами международной торговли, а также политиков.

Развитие «неопротекционизма» объясняется рядом причин. Многие из нетарифных барьеров, которые сейчас широко распространены, не являются новыми методами защиты внутреннего рынка и всегда использовались в сфере внешней торговли. Однако после того как значение тарифов снизилось, нетарифные барьеры стали играть гораздо более ощутимую роль. Кроме того, многие страны все больше полагаются на эти барьеры именно потому, что ГАТТ, а затем и ВТО не «работали» столь эффективно с НТБ, как это делалось на протяжении нескольких десятилетий с тарифами. Страны стараются находить различного рода «лазейки» в использовании тех типов НТБ, которые обойдены вниманием ГАТТ / ВТО (или по которым переговоры в рамках ГАТТ / ВТО провалились). Вместе с тем некоторые виды НТБ являются относительно новыми, появившимися в качестве ответных мер на многосторонние переговоры по тарифной либерализации в рамках ГАТТ. Некоторые виды НТБ вообще не связаны с протекционизмом, а просто отражают возросшую роль государства в экономике развитых стран во второй половине XX в. Например, попытки правительств защитить потребителей от вредных для здоровья или даже опасных товаров приводят к появлению таких НТБ, которые не ставят своей целью создать более благоприятные условия для местных производителей по сравнению с зарубежными экспортерами. Озабоченность страны проблемами защиты окружающей среды также может приводить к введению НТБ, хотя их мотивация не является экономической и протекционистской.

4.5.2. Классификация нетарифных барьеров

Существуют различные классификации НТБ, их разрабатывают такие организации, как ГАТТ / ВТО, МБРР, ЮНКТАД, Международная торговая палата и др. Эти классификационные схемы включают более 800 основных видов нетарифных ограничений, не говоря уже об их разновидностях. Для учебных целей наиболее простой для понимания и четкой классификацией НТБ является схема, предложенная А. Киреевым, в которой объединены тарифные и нетарифные инструменты торговой политики (табл. 4.2).

Как видно из табл. 4.2, НТБ подразделяются на три большие группы: количественные, скрытые и финансовые. Именно в таком порядке мы и будем изучать наиболее важные с практической точки зрения виды НТБ. Но прежде несколько слов об измерении НТБ.

Классификация инструментов торговой политики

Методы	Инструмент торговой политики	Регулирует преимущественно	
Тарифные	Таможенный тариф		Импорт
	Тарифная квота		Импорт
Нетарифные			
	Квотирование и лицензирование		Импорт
количественные	«Добровольные» ограничения экспорта	Экспорт	
скрытые	Технические и административные барьеры		Импорт
	Требование о содержании местных компонентов		Импорт
	Государственные закупки		Импорт
	Внутренние налоги и сборы		Импорт
финансовые	Субсидии	Экспорт	
	Кредитование	Экспорт	
	Демпинг	Экспорт	

Источник. Киреев А.А. Международная микроэкономика. М. : Международные отношения, 2014. С. 377 (с некоторыми изменениями, внесенными автором).

Сложности измерения нетарифных барьеров. Поскольку НТБ весьма многочисленны и разнообразны по форме и содержанию, достаточно трудно отразить их «объем» в количественном выражении. Разные авторы и организации предоставляют различные, зачастую противоречивые данные. Так, по оценкам ГАТТ, уже во второй половине 1980-х гг. нетарифные барьеры охватывали около 18% мировой торговли. По данным МБРР, доля нетарифных барьеров в конце 1990-х гг. достигла 27% от объема торговли. Оценки последних лет показывают, что НТБ на промышленные товары сократили американский импорт в 1983 г. на 24%. Другие исследования показывают, что к началу 1980-х гг. не менее 48% мировой торговли «контролировалось или управлялось», т.е. такая ее доля подпадала под действие тех или иных нетарифных мер. В 1974 году эта доля достигала 40%. При этом доля торговли, подпадающая под действие нетарифных барьеров, выше для непромышленных товаров по сравнению с промышленными, хотя рост НТБ для промышленных товаров является опережающим. За период 1974—1981 гг. доля промышленных товаров, охваченная действием НТБ, увеличилась с 12,9 до 23,6%. При этом подавляющая часть НТБ распространяется на торговлю между промышленно развитыми странами Запада и развивающимися странами. В 1979 году не менее 30%

торговли между развитыми и развивающимися странами было охвачено НТБ; этот же показатель для торговли между развитыми странами составлял 11%. Экспорт из развивающихся стран, по-видимому, особенно уязвим с точки зрения воздействия на него НТБ. А НТБ со стороны ЕС, США и Японии используются в большем процентном отношении к экспорту из развивающихся стран, в первую очередь новых индустриальных, нежели из развитых. Самые последние исследования в этой области подтверждают указанные тенденции.

4.5.3. Импортные квоты как важнейший вид количественных ограничений

Начнем наше рассмотрение количественных инструментов ограничения торговли с анализа квот, которые являются одним из наиболее распространенных и прозрачных видов НТБ. **Импортные квоты** — это количественные ограничения на физический объем ввоза товара из одной страны или на ввоз определенного товара из всех стран-импортеров в совокупности в течение определенного периода времени. Помимо квот, мы будем говорить и об еще одном типе количественных ограничений, тесно связанном с квотами, — *лицензировании импорта*. Эта мера предполагает необходимость получения разрешения (т.е. лицензии) от государственных органов страны-импортера для ввоза на ее территорию определенного количества товара. Этот вид НТБ менее прозрачен, поскольку правительство, как правило, не публикует информацию об общем разрешенном объеме импорта, что создает неопределенность для фирм-экспортеров. Третья форма количественных НТБ, на которую мы обратим внимание, — это «добровольные» *ограничения экспорта*, в соответствии с которыми экспортирующая страна берет на себя так называемые «добровольные обязательства» по ограничению экспорта определенных товаров на определенный период времени.

4.5.4. Теоретический анализ импортных квот

Анализ импортных квот напоминает теоретический анализ тарифов, который мы проводили выше. На рисунке 4.7 кривые S_d и D_d представляют внутреннее предложение и внутренний спрос на товар X , являющийся импортным товаром, на который налагается квота. Кривая S_w представляет неограниченное мировое предложение товара X по цене P_w . Точка равновесия в условиях свободной торговли находится в точке C (Q_0 , P_w). Резиденты страны потребляют Q_0 единиц товара X ,

из которых Q_1 производится внутри страны, а $Q_0 - Q_1$ импортируется. Цена товара как внутри страны, так и на мировом рынке — P_w .

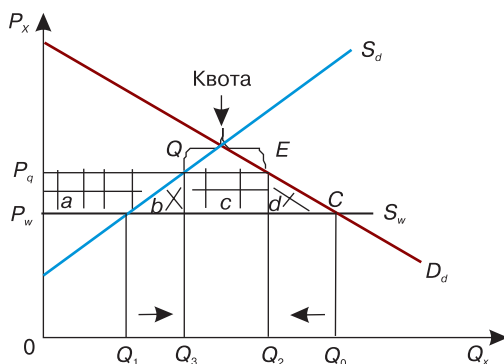


Рис. 4.7. Последствия введения импортной квоты на товар X

Теперь предположим, что страна решает, что наличие дешевого импорта сдерживает продажи местных производителей, и было бы желательно увеличить эти продажи с Q_1 до, скажем, Q_3 . Один из способов добиться этого и защитить местных производителей — ввести квоты на импорт. Для определения эффекта введения квоты предположим, что величина QE (или Q_3Q_2) равняется этой квоте. Точка E определяет новое равновесие в условиях квоты. Внутренняя цена товара X вырастет до уровня P_q , внутреннее производство увеличится до Q_3 , импорт уменьшится до размеров квоты ($Q_2 - Q_3$), а внутренний спрос сократится до Q_2 .

Излишки потребителя и производителя в условиях импортной квоты.

Сумма сегментов $a + b + c + d$ составит потери или уменьшение излишка потребителя в результате введения импортной квоты, аналогично тому, как это происходит в случае введения импортного тарифа. Прямоугольник a — это эффект перераспределения доходов от местных потребителей к местным производителям, которые получили возможность производить больше товара X и продавать его по более высоким ценам после введения квоты. Треугольник b — это чистые потери благосостояния страны, поскольку введение квоты приводит к увеличению местного производства товара X , но это производство менее эффективно по сравнению с импортом X . Треугольник d — это также чистые потери благосостояния страны, вызванные неэффективным потреблением товара X , поскольку квота приводит к сокращению внутреннего потребления с Q_0 до Q_2 . Прямоугольник c — это своего

рода «доходы», создаваемые квотой, которые называются квотной рентой. За каждую единицу импортируемого товара X после введения квоты потребители теперь платят более высокую цену. Возникает вопрос, куда идет эта разница или рента? В случае введения импортного тарифа ответ прост: тарифные доходы поступают правительству страны, вводящей тариф. В случае же квоты ответ не столь ясен, поскольку этот доход или рента может поступать определенным группам — импортерам или экспортерам, иностранным производителям или правительству, которое вводит квоты; эти же группы могут терпеть и чистые потери — все зависит от соотношения сил и интересов. В этом заключается основное (но не единственное) отличие квоты от импортного тарифа. Рассмотрим ситуации с квотной рентой подробнее.

Управление импортной квотой и распределение квотной ренты.

Управление импортной квотой на самом деле не так просто, как может показаться с первого взгляда. Правительство издает распоряжение о введении квоты на товар X ; это означает, что импорт не может превышать $Q_2 - Q_3$ единиц товара X . Для того чтобы ввести в действие это распоряжение и контролировать его исполнение, правительство должно разработать некий механизм для отслеживания того, сколько единиц товара X поступает в страну, а также распределить квотные количества среди конкурирующих импортеров.

Для этого правительство может использовать аукцион импортных лицензий, и в этом случае доход от лицензий или квотная рента пойдет государству. Импортер, который в состоянии купить товар X на мировом рынке по мировой цене P_w , будет готов заплатить что-то около $P_q - P_w$ за лицензию на импорт одной единицы товара X . В этом случае рентный доход поступает государству (весь или почти весь), поскольку правительство тратит определенные средства и усилия на организацию и проведение аукционов. В неоклассической теории такие транзакционные издержки не принимаются во внимание и приравниваются к нулю, однако на практике эти затраты могут быть весьма велики и приближаться по величине ко всему рентному доходу, а иногда даже превышать его. Квоты, распределяемые путем аукционов, получили название *аукционных квот*.

Квотная рента может поступать импортерам, если они имеют достаточную рыночную силу (возможность отстаивать свои интересы), которая позволит им купить $Q_2 - Q_3$ единиц товара X по мировой цене P_w и продавать их внутри страны по более высокой цене P_q (фактически это посредническая перепродажа с использованием разницы внешних и внутренних цен). Если импорт товара X — это конкурентная область, то импортеры будут конкурировать друг с другом за покупку товара X ,

и цена, которую назначают производители или экспортеры, превысит мировую цену P_w . В этом случае продавцы товара X , являются ли они производителями или экспортерами, будут получать квотную ренту.

Существует и третья возможность распределения доходов прямоугольника c — это чистые дополнительные потери, означающие, что рента не достается никому. Предположим, например, что правительство не продает импортные лицензии, а просто выдает их по принципу «первый пришел — первый получил» (first-come, first-served basis). Импортёры в этом случае получают стимул лоббировать получение лицензий или использовать какие-то другие методы их получения, например, часами стоять в очереди (экономисты называют этот способ «организация очередей как метод распределения ресурсов»). Поскольку стоимость лицензии на импорт одной единицы товара X примерно равняется $P_g - P_w$, то импортёры будут готовы платить эту сумму за возможность получить лицензию. Общая сумма ресурсов, потраченная на лоббирование или «стояние в очередях», и будет равняться прямоугольнику c .

Последняя возможность распределения доходов зоны c — это передача ее иностранным производителям, которые продают товар X по завышенной цене, т.е. цене, включающей квоту, потребителям страны-импортёра и присваивают, таким образом, всю квотную ренту. Но здесь все зависит от того, каким образом организован рынок товара X как внутри страны, так и за рубежом.

Различия между импортными квотами и тарифами. Основное различие между квотами и тарифами состоит в том, что доходы от тарифов поступают государству, вводящему тарифы, а получатель квотной ренты не всегда известен. Существуют и другие различия.

Местные фирмы, которые стремятся получить протекционистскую защиту, обычно предпочитают квоты другим видам ограничений импорта. Одно из объяснений такого предпочтения — большая определенность защитного эффекта квоты по сравнению с тарифом. Квота определяет точный объем импорта, и рыночные условия при этом не изменяются. Даже если местная промышленность теряет свою конкурентоспособность, квота препятствует быстрому переключению потребителей на импортные товары, так что местные производители могут в течение продолжительного периода времени сохранять свою долю рынка. Отметим, однако, что квота может вызвать общее сокращение спроса вследствие роста цены на товар. Следовательно, квота не в состоянии предохранить рынок от сокращения.

Кроме увеличения (или сохранения) доли на рынке, местные фирмы стремятся к защите от иностранных конкурентов, чтобы получить

и использовать монопольную власть на внутреннем рынке. Допустим, что фирма, проводящая такую стратегию, получила защиту в форме импортного тарифа. Фирмы в отрасли могут поднимать цены. Однако если они поднимут цены слишком высоко, местные потребители откажутся от местных товаров и переключатся на импортные, даже если им придется оплатить тарифы. Если защита отрасли принимает форму квоты, то, скорее всего, попытка монополизировать рынок путем ограничения иностранной конкуренции увенчается успехом. В условиях квоты местные потребители не имеют возможности переключиться на импортные товары и вынуждены платить более высокую цену или сокращать потребление. Поскольку успешная монополизация отрасли снижает эффективность экономики, экономисты считают, что способность квот облегчать монополизацию рынка делает их менее предпочтительными по сравнению с тарифами.

Эквивалентность импортных квот и тарифов с точки зрения воздействия на экономику. По степени воздействия на экономику страны и импортная квота, и тариф во многом эквивалентны. Для понимания микроэкономической сути квот рассмотрим эту эквивалентность при помощи графической модели, представленной на рис. 4.8.

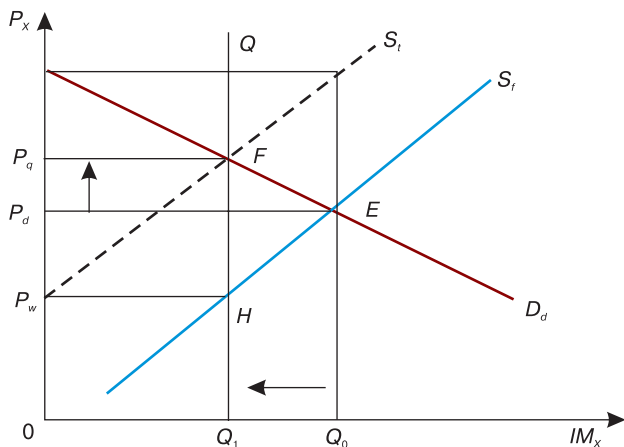


Рис. 4.8. Эквивалентность импортных квот и тарифов

В условиях свободной торговли равновесие на рынке импортного товара достигается в точке E , где кривая внутреннего спроса на импорт D_d пересекается с кривой зарубежного предложения S_f . Страна ввозит Q_0 единиц товара X по цене P_d за единицу товара. Теперь предполо-

жим, что правительство вводит квоту размером Q_0Q_1 на ввоз товара X , что отражено на рис. 4.8 вертикальной линией Q . Что же произойдет в результате введения квоты? Во-первых, сократится объем импорта с Q_0 до Q_1 единиц товара X . Одновременно на внутреннем рынке возрастет цена на товар X : с P_d до P_q , что будет соответствовать новой точке равновесия F — равновесия в условиях квоты.

Как мы видим, результаты введения квоты аналогичны результатам введения пошлины. Графически это можно показать следующим образом. Если вместо квоты ввести импортный тариф в размере $P_q - P_w$ или соответствующую адвалорную пошлину, то объем зарубежного предложения сократится, и кривая S_f сместится влево до положения S_f . Новое равновесие в условиях импортного тарифа оказалось бы в точке F , как и в случае импортной квоты. Отметим, что при этом цена на мировом рынке на товар X продолжала бы оставаться на уровне P_w .

Итак, если оставить в стороне вопрос о распределении квотной ренты (эффект дохода), то можно, имея конкретный уровень тарифа, определить соответствующий уровень квоты с абсолютно теми же эффектами влияния на цены, производство и потребление в любой момент времени. Подобным же образом, имея определенную квоту, можно установить тариф с абсолютно теми же эффектами. Именно в этом смысле говорят об эквивалентности квот и тарифов. Этот результат создает основу для процесса тарификации (tariffication process) — замены странами импортных квот на эквивалентные импортные тарифы, чего требуют решения Уругвайского раунда ГАТТ.

4.5.5. «Добровольные» ограничения экспорта

Рассмотрим еще один вид количественных ограничений, который применяется исключительно в отношении экспорта. Речь идет о «добровольных» ограничениях экспорта (ДОЭ).

ДОЭ: понятие и реальная практика. Так, ДОЭ означает обязательство экспортера ограничить (или по крайней мере не расширять) объем экспорта определенного товара, как правило, в рамках официальных или неофициальных соглашений на межправительственном уровне. Обычно импортирующие и экспортирующие страны ведут переговоры, в результате которых страна-экспортер принимает на себя обязательство «добровольно» ограничить свой экспорт в страну-импортера. Слово «добровольно» взято в кавычки, поскольку на самом деле это ограничение не является добровольным: экспортеру было бы выгодно расширять свой экспорт, однако он его ограничивает перед лицом угрозы различного рода протекционистских мер со стороны импорте-

ра в будущем, например, введения импортного тарифа или импортной квоты на свой товар. Обычно правительство экспортирующей страны выдает лицензии экспортерам, разрешающие поставку только определенного количества товара в страну импорта в течение определенного срока. Обратим внимание на то, что хотя в самом названии звучит «ограничение экспорта», результат сводится к ограничению ввоза товаров на территорию другой страны, т.е. импорта последней.

По своим эффектам ДОО очень схожи с квотами, поскольку и те и другие означают количественные ограничения по ввозу товара в страну. Однако в отличие от квот ДОО — это относительно новая форма торговых барьеров. Первый случай ДОО был зафиксирован в 1937 г., когда японские экспортеры ограничивали ввоз текстиля в США. В течение трех последних десятилетий наблюдалось значительное расширение использования этого вида торговых барьеров. А ДОО в той или иной степени используют многие страны. По некоторым оценкам, около 10% мировой торговли подпадает под действие ДОО. В наибольшей степени их используют страны ЕС и США, выдвигая требования по сокращению экспорта к производителям из Японии или новых индустриальных стран, для того чтобы защитить свои местные рынки от конкурентоспособного импорта. Чаще всего ДОО встречаются в таких отраслях, как автомобильная, сталелитейная и текстильная промышленность. Так, в 1980-е гг. японская автомобильная промышленность «добровольно» ограничила свой экспорт автомобилей в США и Великобританию для предупреждения ограничительных действий со стороны правительств этих стран. Евросоюз заключал соглашения о ДОО для ограничения торговли таким товарами, как сталь, автомобили, текстиль и, в особенности, сельскохозяйственные товары. Канада и Норвегия также использовали ДОО своих торговых партнеров.

Последствия введения ДОО японских автомобилей в США в 1980-е гг.

Почему появились ДОО на импорт авто в США. Иностранные производители автомобилей впервые осуществили массированный вход на американский рынок в начале 1970-х гг., что совпало с развертыванием первого нефтяного кризиса. Американские потребители, обеспеченные резким повышением цен на бензин, увеличили спрос на автомобили, потребляющие меньшее количество топлива. Однако американские производители не смогли предложить большой выбор таких моделей. В 1979 году ситуация повторилась вновь, поскольку страны ОПЕК опять увеличили цены на топливо. Дело осложнялось также тем, что американские производители столкнулись с проблемой качества своих автомобилей, необходимости приспособления к новым стандартам безопасности и экологии и были вынуждены увеличивать

трудовые издержки по сравнению со своими зарубежными конкурентами. Кроме того, они столкнулись с жесткой конкуренцией со стороны японских автопроизводителей. Импорт японских автомобилей возрос с 15,2% рынка в 1979 г. до 22,2% в 1980 г. Комбинированный эффект введения новых стандартов, роста импорта и экономического спада привел к потерям 4,7 млрд дол. для американских производителей автомобилей — наибольшим потерям, которые они когда-либо испытывали.

Американские производители просят о протекционистской защите. В июне 1980 г. Союз автопроизводителей (the United Auto Workers, UAW) обратился в Американскую комиссию по международной торговле (U.S. International Trade Commission, USITC) с просьбой о временной протекционистской защите. Вскоре к просьбе Союза автопроизводителей присоединилась компания «Форд». В обязанности комиссии входило рассмотрение вопроса о том, наносит ли резкое увеличение импорта ущерб американской автопромышленности. В ноябре 1980 г. после тщательного изучения всех обстоятельств комиссия проголосовала тремя голосами против двух против введения каких-либо протекционистских санкций. Комиссия также пришла к выводу, что основой для решения проблемы должно стать преодоление экономического спада в США, а также сдвиг в сторону производства малолитражных автомобилей, а не ограничение импорта. Президент Картер не поддерживал впоследствии аналогичные просьбы со стороны автомобильной промышленности, предложив вместо этого дополнительную компенсацию для уволенных рабочих. Однако в конгрессе был предложен законопроект об ограничении ввоза японских автомобилей до 1,6 млн шт. в год на период 1981—1983 гг. Когда в январе 1981 г. к власти пришла администрация Рейгана, политика была изменена и начались переговоры с Японией, чьи производители были основным источником резкого роста импорта.

Суть соглашений о ДОЭ. В результате переговоров в мае 1981 г. было достигнуто соглашение об ограничении экспорта японских автомобилей в США до 1,62 млн шт. в 1981 г. по сравнению с 1,8 млн шт. в 1980 г. Это соглашение было впоследствии продлено еще на один год, но квота осталась прежней — 1,62 млн шт. Затем, два года спустя, соглашение опять было возобновлено, но японская квота была несколько увеличена. В 1985 году, последнем году, когда действовало формальное соглашение, японский экспорт был ограничен 2,2 млн автомобилей в год.

Эффект зарубежного производства. Еще один эффект введения ДОЭ состоит в том, что в результате усилились стимулы для расширения японского автомобильного производства на территории США.

За период 1982—1991 гг. шесть японских и две совместные японо-американские компании инвестировали 7,9 млрд дол. в американские автоборочные заводы, чья производственная мощность составила 2,5 млн автомобилей в год, а занятость — 31 тыс. рабочих. Для сравнения: за период 1979—1984 гг. американские компании закрыли десять автоборочных предприятий и уволили более 170 тыс. рабочих.

Критики соглашения о ДОЭ отмечают, что к началу 1980-х гг. американские автомобильные компании уже приспособились к сложностям и изменившимся условиям рынка. Основная проблема состояла не в японской конкуренции, а в плохом менеджменте в американской автомобильной промышленности. Детройт (центр автомобилестроения в США) потерял большую долю рынка вследствие того, что отказался конкурировать на рынке малолитражных автомобилей, что было абсолютно необходимо в условиях нефтяных кризисов 1970-х гг. и резкого роста цен на нефть.

Влияние ДОЭ на американский рынок: цены, прибыли, качество, новые игроки. Введение ДОЭ на экспорт японских автомобилей оказало сильное влияние на американский рынок. Были затронуты не только внутренние цены и прибыли, произошел также заметный сдвиг в качестве автомобилей, ввозимых из Японии в США. Более того, производители из третьих стран, таких как Швеция, Германия и Корея, которые не были подвергнуты ограничениям на ввоз автомобилей в США, увеличили свои доли на американском рынке.

Эффект цен и доходов производителей. Введение квот подняло цены на автомобили, как импортные, так и отечественные. Импорт японских автомобилей сократился на 3,3% за период 1980—1981 гг., а цены на них выросли на 19,8%. Одновременно выросли цены на американские автомобили — на 11,4% на малолитражные машины и на 16,8% на более мощные машины.

Доходы производителей и потери потребителей. Увеличение цены на японские автомобили варьировалось в пределах 725—960 дол. за автомобиль при сохранении всех стандартов качества; для американских автомобилей рост цены колебался в пределах 360—425 дол. Это повышение цен на японские автомобили привело к увеличению доходов как японских, так и европейских производителей (которые также выиграли от этого роста) примерно на 2 млрд дол. к 1984 г. Общие потери потребителей оцениваются в 5,8 млрд дол. в 1984 г. Примерно 2,6 млрд дол. из потерь потребителей обратилось в выигрыш производителей. Было сохранено около 55 тыс. рабочих мест в США со средним доходом 105 тыс. дол. на рабочее место (5,8 млрд, деленные на 55 тыс. рабочих мест).

Эффект качества. Наблюдался и так называемый эффект качества. В автомобильном бизнесе хорошо известно, что продажа более крупных машин приносит больше прибыли в расчете на единицу товара. Поскольку по соглашению о ДОЭ японцы подверглись количественному ограничению экспорта, они предпочли экспортировать более дорогие и мощные машины. Этот сдвиг в качественном содержании японского экспорта в США привел к обострению конкуренции с американскими машинами этого класса (а здесь американцы традиционно были сильны) и, возможно, смягчил рост цен на американские модели. А поскольку американцы получили по более высокой цене, но в то же время более качественные машины, возросшие цены нельзя рассматривать как чистые потери общества.

Эффект появления новых конкурентов. Были и другие последствия ДОЭ. Они относятся к росту производства автомобилей в других странах, не затронутых соглашением, которые смогли захватить некоторые доли рынка, которые раньше принадлежали японцам. Резко возрос экспорт малолитражных машин из Югославии и Кореи. Другие автопроизводители в ответ на рост цен на крупногабаритные машины увеличили их экспорт в США.

Уругвайский раунд принял решение о сокращении использования ДОЭ как одной из наиболее динамично распространяющихся форм ограничения торговли. По новым правилам, страны не могут вводить новые ДОЭ в ответ на жалобы на возможный ущерб со стороны местных производителей.

Эффекты введения ДОЭ. Рассмотрим, к каким последствиям для импортирующей страны приводит использование ДОЭ (рис. 4.9).

Кривая D_0 показывает динамику внутреннего спроса на товар X в импортирующей стране, а кривая S_D — динамику внутреннего предложения на этот товар. Кривая S_W показывает совокупное (внутреннее и зарубежное) предложение товара X , которое более эластично по сравнению с внутренним предложением. В условиях свободной торговли равновесие достигается в точке E , где внутреннее потребление составляет Q_4 , внутреннее производство — Q_1 , а импорт находится на уровне Q_1Q_4 . В целях защиты местных производителей импортирующая страна хочет ограничить импорт до величины Q_2Q_3 . Для этого она заключает соглашения о ДОЭ со странами-поставщиками (или одной страной). Эффекты ДОЭ будут в основном аналогичны эффектам введения импортной квоты. В результате введения ДОЭ цена равновесия в условиях торговли P_0 возрастет до P_1 , внутреннее производство возрастет до Q_2 , внутреннее потребление упадет до Q_3 , а импорт снизится до уровня Q_2Q_3 .

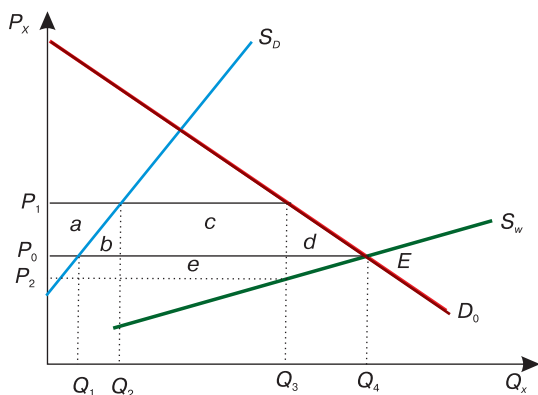


Рис. 4.9. Последствия введения «добровольных» ограничений экспорта на товар X

На первый взгляд эффекты ДОЭ схожи с эффектами от введения тарифов и импортных квот: цена на внутреннем рынке растет, внутреннее производство увеличивается, внутреннее потребление падает, объем импорта также сокращается. Поскольку растет цена товара X (товар, на который введены ДОЭ), происходит общее снижение благосостояния потребителей. На рисунке 4.9 эти чистые потери показаны зонами $a + b + c + d$ (тот же самый эффект, как и в случае тарифов и квот). Площадь a — это эффект перераспределения дохода от потребителей к местным производителям. А вот значение площади c в случае ДОЭ несколько отличается от ситуации квот и тарифов. При введении тарифов площадь c означает увеличение фискальных доходов государства, при введении квот — это увеличение ренты импортеров, тогда как в случае ДОЭ эта рента идет экспортерам. На самом деле экспортеры получают ренту в сумме $c + e$, поскольку надбавка к каждой единице продаваемого товара составляет P_2P_1 . Объем продаваемых товаров теперь составляет Q_2Q_3 , по сравнению с Q_1Q_4 ранее. Следовательно, общий выигрыш экспортеров — это сумма $c + e$. Зона e — это увеличение прибылей иностранных экспортеров вследствие снижения издержек после введения ДОЭ. А зона c — это перераспределение дохода от потребителей в стране импорта к зарубежным экспортерам. Поэтому общие потери импортирующей страны составляют сумму $b + c + d$.

Различие эффектов квот, тарифов и ДОЭ. Основное различие между квотами и ДОЭ состоит в методе управления. В случае с квотами импортирующая страна полностью берет на себя груз организации квотного механизма; в случае с ДОЭ весь процесс регулирует экспор-

тирующая страна. (В этом смысле подавляющая часть американских квот действует как ДОЭ, поскольку управляется экспортирующей страной.) Руководство ДОЭ со стороны экспортирующей страны увеличивает вероятность того, что иностранные производители или экспортеры получают основную часть ренты. В результате для экспортеров предпочтительнее иметь дело с ДОЭ со стороны страны-импортера, чем с импортными квотами или тарифами. Поскольку ДОЭ предполагают переговоры между экспортирующими и импортирующими странами, они обычно ограничивают экспорт некоторых, но не обязательно всех поставщиков. Экспортеры, которые не подпали под соглашения о ДОЭ, часто получают возможность расширить свой экспорт и занять нишу, которая недоступна экспортерам, вовлеченным в ДОЭ. Часто это приводит к дальнейшему расширению объема ДОЭ, когда все больше экспортеров попадают под ограничения.

Таким образом, за исключением особенностей распределения ренты, эффекты квоты и ДОЭ совпадают в своем отличии от тарифов. Тем не менее экономисты в целом полагают, что квоты и ДОЭ приводят к более серьезным потерям благосостояния, чем эквивалентные тарифы. В дальнейшем мы сравним эффекты тарифов и квот.

4.5.6. Скрытые нетарифные барьеры

Рассмотрим теперь так называемые «скрытые» нетарифные барьеры, которые названы так потому, что формально они нацелены на обеспечение здоровья и безопасности потребителей, объясняются заботой об экологии страны и пр., но на деле очень часто выступают в качестве одного из способов протекционистской защиты местных производителей. Средств скрытой протекционистской защиты великое множество, их количество исчисляется тысячами форм и видов. Напомним, что наиболее серьезные из этих методов — это технические и административные барьеры, требования о содержании местных компонентов, государственные закупки, внутренние налоги и сборы.

Технические и административные барьеры. Важнейшим видом технических барьеров в торговле являются технические регламенты и стандарты страны импорта, которые обязательны для всех иностранных производителей, если они хотят, чтобы их товары были «допущены» на местный рынок. Необходимость придерживаться таких стандартов может быть закреплена законодательно (technical regulations), а может выступать в роли специальных норм и правил (technical standards). Примером может служить закон, который требует, чтобы все автомобили были снабжены каталитическими конвертерами. Это

положение может быть использовано для того, чтобы затруднить допуск на местный рынок зарубежных автомобилей. Технические стандарты не имеют законодательной силы, но они также запрещают ввоз на территорию страны товаров, которые не соответствуют этим стандартам. Для того чтобы доказать свое соответствие национальным стандартам, зарубежная продукция должна пройти сертификацию, что является достаточно длительным и дорогим процессом. Стандарты также могут включать требования о соответствующей упаковке и маркировке товаров.

Еще одним способом защиты местных производителей могут служить требования о соблюдении стандартов безопасности и здоровья (health and safety standards). Хотя эти стандарты формально нацелены на защиту потребителей от товаров, которые могут нанести вред здоровью и угрожать безопасности, они могут одновременно использоваться еще как средство протекционистской защиты. В последние годы это стало серьезной проблемой в торговле продовольственными товарами. Под давлением лобби потребителей государство стало более чувствительным к опасностям для здоровья, которые могут нести с собой новые продукты, в первую очередь генетически модифицированные, крупнейшим производителем которых являются США. Во многих странах, например, в странах ЕС, общественность с недоверием и опаской относится к таким продуктам, справедливо полагая, что пока еще нет достаточных научных доказательств, что ежедневное употребление в пищу таких товаров не несет вреда здоровью. Именно поэтому ввоз на территорию стран Европейского союза американского продовольствия, произведенного с использованием генной инженерии, затруднен. Кроме того, в соответствии с законодательством все генетически модифицированные продукты должны в обязательном порядке иметь информацию об этом на упаковке.

Еще один вид барьеров, связанный с импортом, — *административные таможенные формальности* (customs formalities), которые во многих странах представляют собой сложный и многоступенчатый процесс, и Россия в этом плане не является исключением. Процедура таможенной очистки включает неоправданно усложненную регистрацию с большим количеством документов, которые необходимо заполнить, иногда на языке страны импортера, что может быть непросто, даже если это такой распространенный язык, как немецкий или французский. Еще один способ заключается в преднамеренном замедлении процедуры таможенной очистки. Иногда используется и такая мера, как внесение залогового депозита в ЦБ страны импорта на сумму импортного контракта, как это делалось, например, в Италии. По послед-

ствиям это весьма схоже с введением таможенного тарифа, поскольку оборотный капитал «замораживается», и импортер теряет не только проценты, но и возможность инвестирования в производство.

Технические и административные барьеры весьма многочисленны и разнообразны. Они иногда включают запрет на рекламу тех или иных импортных товаров. Так, Колумбия требует, чтобы 70% телевизионных программ в прайм-тайм были местного производства. Греция запрещает рекламу игрушек иностранного производства с 7 утра до 10 вечера, что фактически означает невозможность информировать потребителей об имеющихся товарах. Малайзия требует, чтобы рекламные ролики «не рекламировали зарубежный стиль жизни».

Поскольку среди технических и административных барьеров действительно очень трудно отделить те, которые защищают местного потребителя, от тех, которые защищают местного производителя, попытки международных переговоров по снижению этих барьеров в целом не увенчались успехом. Эти «правила поведения», взятые по отдельности, могут показаться незначительными и легко преодолимыми, но в комплексе затраты на их соблюдения могут стать весьма и весьма существенными.

Требование о содержании местных компонентов и правила происхождения товара. *Требование о содержании местных компонентов* (local or domestic content requirements) означает, что определенная доля стоимости конечного продукта должна быть произведена внутри страны, для того чтобы товар мог быть разрешен к продаже на внутреннем рынке. Как правило, такое требование устанавливается в законодательном порядке.

Наибольшее распространение требования о содержании местных компонентов получили в автомобильной промышленности, которая в последние годы стала своеобразным полигоном для испытания всевозможных торговых ограничений. Эти требования поддерживают различные группы в стране-импортере. Прежде всего это местные производители, которые могли бы принять участие в производстве товара. Например, большинство американских производителей различных частей для автомобилей поддерживают правила, в соответствии с которыми все автомобили, продаваемые в США, особенно те, которые производятся на японских предприятиях, должны включать высокую долю частей, произведенных в США. Вторая группа — это рабочие местной автомобильной промышленности. Например, рабочие автомобильной промышленности США заинтересованы в том, чтобы действовали правила, в соответствии с которыми значительная часть сборочных операций японских автомобильных фирм осущест-

влялась бы на территории США, поскольку это увеличит спрос на их услуги. Наконец, местные производители товара обычно поддерживают введение правил о содержании местных компонентов, поскольку это увеличивает затраты зарубежных фирм, снижая таким образом их конкурентоспособность на местном рынке. Если, например, затраты на американский труд и американские части для автомобилей, а также осуществление сборочных операций на территории США увеличили бы издержки на производство автомобилей Toyota, Honda или Nissan, то продажи сместились бы в пользу американских автопроизводителей.

К чему приводит введение требования о содержании местных компонентов? Во-первых, это ограничивает импорт автомобилей иностранного производства. Во-вторых, эти требования сдерживают процесс аутсорсинга (outsourcing), когда базирующиеся в США производители автомобилей не только закупают ресурсы за рубежом, но и переводят туда сборочное производство. Многие «американские» автомобили, т.е. автомобили, продаваемые американскими производителями, например, Ford, уже давно не являются американскими, и точно определить «национальность» того или иного продукта не представляется возможным. Автомобили, которые производятся за пределами США, — это Dodge Colt and Stealth, Ford Festiva, Plymouth Colt, Pontiac LeMans. Кроме того, многие части для американских автомобилей производятся за рубежом — в Канаде, Мексике и Бразилии, потом они переправляются в США и устанавливаются на «американских» автомобилях. Так поступают не только производители из США. Аналогичную стратегию проводит Volkswagen, Nissan, Honda, Toyota и многие-многие другие.

Итак, требования о содержании местных компонентов подрывают производство товаров в странах, где самые низкие сравнительные издержки, и снижают выгоды стран от торговли. Аутсорсинг не только способствует организации более эффективного производства, но и поддерживает усилия развивающихся стран по созданию собственной обрабатывающей промышленности. В этой связи требования развитых стран о содержании местных компонентов сдерживают эти попытки и тормозят развитие эффективного производства. Феномен аутсорсинга напрямую связан с явлением международного производства.

Одним из вариантов требования о содержании местных компонентов являются *правила происхождения товара* (rules of origin), которые применяются в торговле между странами, входящими в интеграционную группировку, и странами, не входящими в нее. Так, одновременно с подписанием соглашения о создании НАФТА и отменой импортных

тарифов в торговле между странами-участницами были введены в действие правила происхождения товаров, для того чтобы устранить ввоз товаров из третьих стран по сниженным тарифам. Например, если импортные тарифы Канады (для третьих стран) превышают американские тарифы, то экспортеры из третьих стран предпочтут ввезти товар сначала на территорию США, заплатив при этом меньшую таможенную пошлину, а затем без всяких пошлин переправить товар на территорию Канады. Именно поэтому на всех таможенных границах внутри НАФТА требуется предъявление сертификата о происхождении товара, на страну, где он был произведен или откуда был вывезен. Все это, безусловно, осложняет торговлю и приводит к торговым спорам и разногласиям.

Государственные закупки. Как мы видели, участие государства в международной торговле весьма многообразно. Одной из широко распространенных форм такого участия является политика государственных закупок (*government procurement policies*), когда правительство или другие государственные организации различного уровня, или предприятия общественного сектора закупают необходимые им товары и услуги. По некоторым оценкам, на государственные закупки приходится около 20% всех закупок товаров и услуг в большинстве промышленно развитых стран, следовательно, такая политика потенциально затрагивает достаточно большую долю рынка. Протекционистскую окраску политике государственных закупок придает то обстоятельство, что «государственные» покупатели всеми силами стремятся создать более благоприятные условия для местных производителей, ставя, таким образом, зарубежных поставщиков в худшие условия.

Многие страны разрабатывают *требования по закупке местных товаров и услуг* (*buy-domestic requirements*), которые в законодательной или какой-либо другой форме обязывают правительства закупать местные товары на льготных условиях. В США, например, действуют законодательные акты «Покупай американское» (*Buy American*), в соответствии с которыми в государственных закупках на федеральном уровне, уровне штата и местном должно отдаваться предпочтение местным поставщикам, если только их товары не значительно дороже импортных. Федеральный закон «Покупай американское» вступил в силу в 1933 г. Закон требует, чтобы американские государственные организации (за исключением Министерства обороны) закупали местные товары и услуги, если их цена не превышает цену зарубежных товаров и услуг более чем на 12% (в некоторых случаях — 6%). Для министерства обороны превышение цены местных товаров может

составлять 50%, правда, с некоторыми исключениями для военных закупок из стран НАТО. Очевидно, что результатом такой политики является ослабление конкуренции и соответствующий рост государственных расходов на закупки для общественного сектора, а также перемещение дохода от налогоплательщиков к местным производителям. Другие страны проводят аналогичную политику. В Англии в течение многих лет проводилась политика «Покупай британское»; японцы всегда поддерживали закупку государством произведенных в Японии товаров и услуг.

Довольно часто политика государственных закупок проводится в более скрытой и опосредованной форме по сравнению с прямыми законодательными требованиями. Так, государственные организации могут держать в секрете условия предстоящих тендеров по закупкам товаров и услуг для государственного сектора, предоставляя исчерпывающую информацию только местным поставщикам. Но даже когда зарубежные поставщики выходят с более привлекательными предложениями, чем местные фирмы, контракт может быть отдан местным фирмам по соображениям протекционизма.

Более противоречивыми последствия политики государственных закупок бывают тогда, когда государство является собственником крупных отраслей, таких как почта, телефон, телеграф, — в Азии, Европе и большинстве развивающихся стран. Государства объясняют государственную монополию в этих отраслях соображениями национальной безопасности и защитой потребителей от действий частных монополий. Однако многочисленные ограничения на импорт товаров для использования в данных отраслях на деле означают, что еще одной целью государства здесь выступает защита местных производителей. Значимость проблемы варьируется от страны к стране в зависимости от масштаба и объемов общественного сектора. Национальная политика обычно ограничивает импорт телекоммуникационного оборудования, и результатом может быть более высокая стоимость телекоммуникационных услуг для потребителей. Так, телефонный звонок из США в Германию стоит в три раза дешевле, чем из Германии в США. Для России эта разница возрастает еще в несколько раз. Есть и другие примеры. Большинство правительств признают необходимость приватизации портовых, телефонных и телеграфных услуг или, по крайней мере, их дерегулирования, однако прогресс в этой области пока еще очень незначителен.

На Токийском раунде переговоров (в рамках ГАТТ) было уделено особое внимание проблеме государственных закупок как средства протекционистской защиты местного рынка: был разработан так на-

зываемый кодекс государственных закупок (government-procurement code). Уругвайский раунд продолжил работу в этом направлении, распространив действие кодекса не только на товары, но и на услуги. Однако кодекс подписали только 27 членов ГАТТ / ВТО, и он охватывал деятельность только некоторых из государственных организаций, осуществляющих закупки. Несмотря на ограниченный масштаб, этот кодекс признал, что проблема существует, и призвал сделать государственные закупки более прозрачными, открытыми и справедливыми в отношении зарубежных поставщиков.

Внутренние налоги и сборы. Внутренние налоги и сборы — это еще один вид скрытого протекционизма, нацеленный на то, чтобы снизить конкурентоспособность импортных товаров через обложение их разнообразными налогами, сборами, тарифами и пр. Внутренние налоги и сборы могут собираться на разных уровнях: федеральном, региональном, местном. Внутренние налоги и сборы играют дискриминационную протекционистскую роль, если ими облагаются только импортные товары, тогда как товары местных производителей обложению не подлежат.

Налоги, которыми облагаются в основном импортные товары, весьма разнообразны и могут быть как прямыми (НДС, акцизный налог, налог на продажу), так и косвенными (сборы за таможенное оформление, регистрацию и выполнение других формальностей, портовые сборы).

Внутренние налоги и сборы представлены в России акцизом и налогом на добавленную стоимость (НДС). Акцизы на некоторые импортные товары стали применять в торговой практике с 1993 г. Акцизами облагаются винно-водочные и табачные изделия. Чтобы предотвратить занижение таможенной стоимости декларированных на границе товаров, ставки акцизов с 1998 г. стали исчисляться не в процентах, а в стоимостном выражении за единицу товара. Все товары, ввозимые в Россию, с 1993 г. стали облагаться НДС в размере 20%. Однако на ряд продовольственных товаров применяется ставка налога в размере 10%. К ним относятся молоко и молочные продукты, сахар-сырец, зерно, хлеб и хлебобулочные изделия, продукты детского и диабетического питания. Список агропродовольственных товаров, на которые действует льготная ставка налога, подвергается частым изменениям.

4.5.7. Финансовые нетарифные методы

Финансовые нетарифные методы составляют особую группу инструментов торговой политики. Их особенность состоит в том, что

они направлены в первую очередь на стимулирование экспорта и / или создание благоприятных условий для национальных экспортеров по сравнению с производителями из других стран. В состав финансовых нетарифных методов принято включать субсидии, кредитование экспорта, а также демпинг. Начнем рассмотрение с анализа последствий введения субсидий. Оговоримся сразу, что в практике международной торговли применяются внутренние, экспортные и импортные субсидии, хотя значение последних невелико: в подавляющем большинстве случаев они являются исключением и применяются лишь в качестве временных мер. Так, Россия в 1992—1994 гг. использовала импортные субсидии, которые «заменили» заниженный курс российского рубля.

Субсидии. Под **субсидией** в широком смысле слова понимается денежная выплата, осуществляемая государством (а иногда и частным лицом), направленная на поддержку отечественного производителя. Если субсидия выдается местным производителям, конкурирующим на местном рынке с импортом, то такую субсидию называют внутренней, а если производителям, поставляющим товары на внешний рынок, — экспортной субсидией. В любом случае денежная субсидия «вбивает» клин между ценой для потребителя и издержками производства, в результате чего цена может быть ниже предельных издержек. Все виды субсидий приводят к диспропорциям в международной торговле и поэтому рассматриваются как весьма нежелательный инструмент торговой политики. В соответствии с правилами ВТО экспортные субсидии относятся к формам нечестной конкуренции, которые запрещены, за исключением субсидий сельскохозяйственным производителям. Если субсидия все-таки используется, то страны-импортеры имеют право принимать ответные меры, взимая компенсационные пошлины (countervailing duties).

Эффекты введения экспортной субсидии. Рассмотрим последствия введения экспортной субсидии. С точки зрения импортирующей страны иностранные экспортные субсидии приводят к чистому выигрышу для потребителей страны, однако производители терпят убытки, поскольку вынуждены конкурировать с более дешевыми (субсидируемыми) импортными товарами. Ситуация в экспортирующей стране совершенно противоположная. Здесь субсидируемые государством производители выигрывают за счет потребителей и / или налогоплательщиков, в зависимости от того, как много стран субсидирует экспорт.

На рисунке 4.10 представлен рынок товара X в экспортирующей стране. Мы продолжаем допускать, что это малая страна на мировом рынке. Точка C представляет ситуацию равновесия в условиях свобод-

ной торговли. Страна производит Q_0 единиц товара X , потребляет Q_1 и экспортирует $Q_0 - Q_1$. Выигрыш местных потребителей составляет треугольник $P_W MZ$, а выигрыш местных производителей — треугольник $NP_W C$.

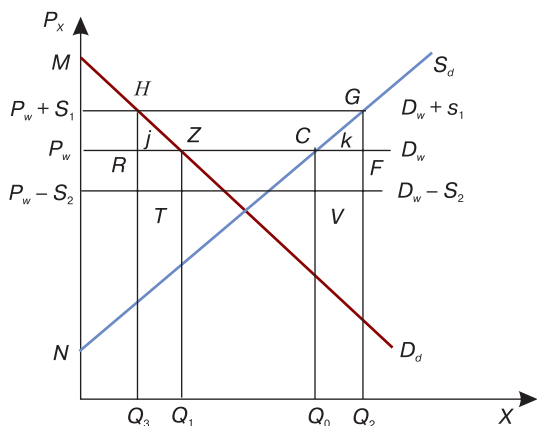


Рис. 4.10. Эффект от экспортной субсидии для экспортирующей страны

Предположим теперь, что только одна экспортирующая страна использует субсидии на товар X . Субсидия малой страны не сможет оказывать воздействия на мировые цены товара X , т.е. на цену P_W . Экспортирующие фирмы получают цену P_W от иностранного потребителя плюс субсидию s_1 от своего правительства. Точка G на рис. 4.10 представляет новую ситуацию равновесия. Объем производства экспортирующей страны возрастет до Q_2 вследствие более высокой цены, получаемой от экспорта. Более высокая цена также создает стимул для производителей вывозить больше товаров за рубеж ($Q_2 - Q_3$) и меньше продавать на местном рынке (Q_3). Излишек местных потребителей упадет до величины $(P_W + s_1)MH$. Излишек местных производителей возрастет до величины $N(P_W + s_1)G$. Налогоплательщики также заплатят величину $RHGF$, чтобы государство смогло профинансировать субсидию. Отметим, что импортные барьеры должны сопровождать экспортные субсидии, ибо в противном случае иностранные производители захотят реэкспортировать товар, чтобы также получить преимущества от субсидии.

Сумма треугольников j и k измеряет чистые потери экспортирующей страны. Зона j — это двойная потеря (потерянная дважды): один раз в форме потери потребительского излишка и еще раз — в форме

субсидии, которую оплатили налогоплательщики, выигранная только один раз — как увеличившийся излишек производителя. Налогоплательщики оплачивают и зону k как часть субсидии, но она не идет на излишек производителя вследствие высоких издержек производства товара X в количестве от Q_0 до Q_2 . В целом производители экспортирующей страны получают выигрыш за счет потребителей своей страны и налогоплательщиков. Потери благосостояния превышают выигрыш.

Теперь предположим, что не только одна страна вводит субсидии на экспорт, а все страны. В этом случае субсидия $s_2 = s_1$ на экспорт единицы товара X сдвигает вниз цену производителей экспортирующей страны, которую они получают на внешнем рынке. (Когда много стран субсидирует экспорт, они сдвигают мировую цену вниз на величину субсидии.) Величина сдвига равняется величине субсидии. Производители готовы продавать товар X за рубежом по цене $P_W - s_2$, потому что они также получают от своего правительства субсидию s_2 за каждую единицу продаваемого товара. Следовательно, окончательная цена, которую получают экспортеры, будет продолжать равняться P_W (цена иностранных потребителей плюс субсидия). Объем производства экспортирующей страны не изменится, не изменится также выигрыш внутреннего производителя и потребителя. Однако налогоплательщики заплатят $TZCV$, чтобы профинансировать субсидию. Чистые потери страны — это просто зона $TZCV$, переместившаяся к потребителям импортирующей страны в форме более низкой цены.

Кредитование экспорта. Как мы уже говорили, в случае обнаружения факта экспортных субсидий страна-импортер может ввести компенсационные пошлины в качестве ответной меры. Поэтому весьма распространенной практикой маскировки субсидии является предоставление экспортных кредитов местным производителям. В некоторых случаях такое кредитование осуществляется частными банками и финансовыми организациями, однако очень часто такую функцию берут на себя и государственные (или полугосударственные) структуры, особенно когда речь идет о крупных долгосрочных контрактах на поставку машин, оборудования или транспортных средств, в которых заинтересована местная промышленность. Порой функции кредитования экспорта дополняются страхованием и гарантированием экспортных кредитов, которые осуществляют государственные органы совместно с частными финансовыми структурами.

Наиболее крупными объединениями агентств по экспортному кредитованию являются Экспортная кредитная группа (Export Credit Group) и Бернский союз (The Bern Union) — Международный союз страхования кредитов и инвестиций. К сожалению, российские про-

изводители пока получают весьма незначительную поддержку от государственных и полугосударственных организаций по линии кредитования и страхования их экспортных поставок. В этом состоит одна из причин низкой конкурентоспособности российского экспорта промышленных товаров.

4.5.8. Демпинг

Определения демпинга. Пожалуй, ни одно явление в международной торговле не вызывает столько споров, как демпинг. Согласно статье VI ГАТТ демпинг определяется как метод продажи на экспорт, при котором «товары одной страны поступают в торговлю другой страны по цене ниже нормальной стоимости товаров». В соответствии с этим определением, которое базируется на цене, демпинг происходит в каждом случае, когда фирма продает товар на иностранном рынке по цене, которая ниже продажной цены этого же товара на местном рынке. По определению, базирующемуся на затратах, демпинг — это продажа товара на зарубежном рынке по цене, меньшей, чем производственные издержки.

Демпинг — это достаточно распространенный в мире метод конкурентной борьбы за рынки; его справедливо считают также одним из видов нетарифных методов торговой политики, поскольку очень часто фирма может «демпинговать» на внешних рынках только в результате мощной предварительной государственной поддержки в форме экспортных субсидий, экспортного кредитования и пр. В любом случае демпинг — это международная дискриминация в ценах, при которой фирма продает один и тот же товар на разных рынках по различным ценам с целью вытеснения конкурентов.

Виды демпинга. Экономисты, как правило, выделяют три вида демпинга: спорадический, постоянный и хищнический. На практике же выделение определенного вида демпинга часто бывает затруднено.

Спорадический (случайный) демпинг — это эпизодическая продажа товара на зарубежном рынке в течение короткого периода времени по цене, которая ниже либо его цены на внутреннем рынке, либо издержек производства. Этот вид демпинга, как правило, является результатом перепроизводства товаров, ошибок в планировании производственной деятельности фирмы и пр. Накопленный излишек товара вывозится за рубеж и там распродается, цены же на внутреннем рынке при этом остаются без изменений. Этот краткосрочный демпинг напоминает международную распродажу. Поскольку спорадический демпинг носит кратковременный характер, он вряд ли способен нанести значительный ущерб местным производителям стран-импортеров.

В течение короткого периода демпинга местные потребители просто получают выгоду от возможности купить импортные товары по достаточно низкой цене.

Преднамеренный (хищнический) демпинг — это временная продажа товаров на зарубежном рынке по ценам ниже издержек производства с четко поставленной целью вытеснения с этого рынка местных производителей. После устранения конкурентов зарубежные производители, оказавшись в монопольном положении, резко поднимают цены, компенсируя потери, которые они понесли в результате снижения цен. На практике последствия преднамеренного демпинга не всегда бывают благоприятными для демпингующих экспортеров. Во-первых, иностранные фирмы, если они действительно продают товары по ценам ниже издержек производства, безусловно, терпят убытки в процессе демпинга. Они надеются на получение в будущем монопольной власти на рынке, которая компенсирует потери. Во-вторых, если бы местные фирмы знали, что преднамеренный демпинг будет только временным (вследствие потерь инициаторов демпинга), они смогли бы обратиться за финансированием, чтобы «продержаться» на рынке до тех пор, пока иностранные конкуренты откажутся от попытки вытеснить их с рынка. В-третьих, даже если преднамеренный демпинг вытеснил местные фирмы из отрасли / рынка, стратегия иностранных конкурентов будет успешной, если они смогут назначить высокие цены, чтобы компенсировать потери, которые они понесли в процессе демпинга. И если это произойдет, кто может запретить местным фирмам (старым или новым) вновь выйти на рынок и продавать дешевле монополиста? Если местные фирмы смогут сделать это, то иностранные конкуренты не смогут в полном объеме компенсировать свои потери. Наконец, преднамеренный демпинг, чтобы быть в конечном итоге успешным, должен приводить к ситуации монополии на рынке. Однако в условиях, когда на рынке действует большое количество местных и иностранных фирм, ситуация монополии маловероятна.

Постоянный (устойчивый) демпинг — это продажа товара на зарубежном рынке в течение продолжительного периода времени по цене более низкой, чем цена этого же товара на внутреннем рынке, или более низкой, чем издержки производства. Именно этот вид демпинга в международной торговой практике считается весьма разрушительным для местной промышленности, именно он вызывает необходимость ее защиты. Здесь имеет значение разница в определениях демпинга — через цену и через издержки производства.

Постоянный демпинг как международная ценовая дискриминация. Основной причиной постоянного демпинга, в соответствии с опреде-

лением, базирующемся на цене, является возможность осуществления международной ценовой дискриминации. Любая фирма, которая в состоянии разделить своих потребителей на две или больше группы в зависимости от эластичности спроса на продукт фирмы и предотвратить перепродажи товаров между этими потребителями, может назначать разные цены на свой товар для разных групп потребителей. Такая практика называется *ценовой дискриминацией* (рис. 4.11). Зачастую фирма, обслуживающая местный и зарубежный рынок, может назначать более высокие цены для местных потребителей, эластичность спроса которых, как правило, меньше по сравнению с зарубежными потребителями. При прочих равных условиях, чем больше субститутов есть у конкретного продукта, тем выше эластичность спроса на него. Хорошие заменители продукта дают возможность потребителям чутко реагировать на изменение цены. В большинстве отраслей фирмы имеют на внешнем рынке большее количество конкурентов, чем на внутреннем, поэтому эластичность спроса будет выше на зарубежном рынке.

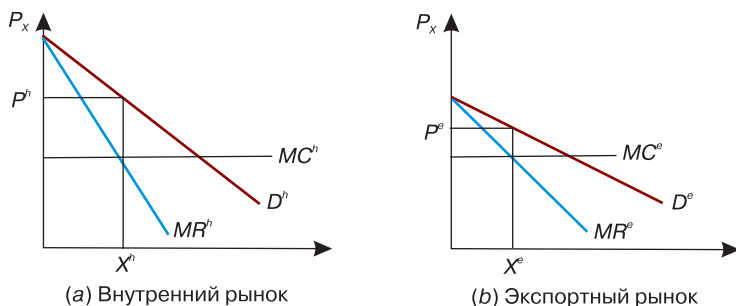


Рис. 4.11. Постоянный демпинг как международная ценовая дискриминация

На рисунке 4.11 проиллюстрирована ситуация постоянного демпинга. Фирма, производящая товар X , поставляет его на внутренний и внешний (экспортный) рынок. Кривые спроса D отражают более высокую эластичность спроса по цене на экспортном рынке по сравнению с внутренним рынком при любом уровне цены. Другими словами, фирма обладает у себя на рынке большей рыночной властью, чем на внешнем рынке. Фирма максимизирует прибыль на любом из рынков, производя на том уровне, где предельные издержки (обозначенные на рисунках как кривые MC и для простоты принимаемые как постоянные при всех ценах и на всех рынках) равняются предельному доходу MR . Как мы знаем, предельный доход определяется как изменение общего дохода, когда фирма изменяет свой уровень производства на одну

единицу. При допущении, что фирма обладает некоторой рыночной властью и должна назначать одну и ту же цену для всех единиц продукции на этом рынке, предельный доход при любом уровне производства всегда ниже цены. Чтобы продать дополнительную единицу продукции на любом из рынков, фирма должна снизить цену, и эта меньшая цена должна использоваться для всех продаваемых единиц продукции. Следовательно, предельный доход от продажи дополнительной единицы меньше, чем цена, по которой эта единица продается.

Высота соответствующей кривой спроса на уровне максимизации производства дает цену, при которой прибыль максимизируется. Цена на внутреннем рынке превышает цену на экспортном рынке ($P^h > P^e$) вследствие относительной неэластичности спроса на первом. Фирма демпингует в пределах демпинговой границы (dumping margin) ($P^h - P^e$). Однако такая ценовая дискриминация приводит к значительным эффектам благосостояния. Рыночная сила отражает возможность для фирмы назначать цены, превышающие предельные издержки (особенно в случае монополии).

Защита от демпинга: антидемпинговые пошлины. В мировой торговой практике демпинг рассматривается как метод недобросовестной конкурентной борьбы за рынки. Торговые ограничения, в целях борьбы с преднамеренным демпингом, являются обоснованными и разрешены в целях защиты местных отраслей от недобросовестной конкуренции иностранных фирм. Эти ограничения обычно принимают форму антидемпинговых пошлин, которые предназначены для устранения различий в ценах, или угрозы введения таких пошлин. **Антидемпинговая пошлина** (anti-dumping duty) представляет собой временный сбор, вводимый импортирующей страной для компенсации потерь от товарного демпинга. Обычно эта пошлина устанавливается в размере разницы между ценами товара на внутреннем и мировом рынках.

На практике бывает достаточно трудно определить вид демпинга, и местные производители требуют защиты от любого вида демпинга. Поэтому антидемпинговые пошлины могут быть введены только при наличии определенных условий. Они возможны, если:

- 1) на основании жалобы субъекта промышленности страны-импортера проведено антидемпинговое расследование;
- 2) это расследование доказало наличие демпинга, который наносит или угрожает нанести материальный ущерб национальной промышленности, или ведет к замедлению становления соответствующей отрасли.

Проведение антидемпинговых расследований в отношении импорта предусмотрено торговым законодательством большинства стран мира. При этом в странах — членах ВТО законодательная база для подобных

расследований во многом унифицирована. Главным внешнеторговым партнером России является Евросоюз, куда поступает более 35% российского экспорта, а после расширения ЕС (в 2004 г.) эта цифра увеличится до 50%. И именно в ЕС российские производители чаще всего сталкиваются с антидемпинговыми мерами. Антидемпинговые пошлины препятствуют импорту, увеличивают местное производство и прибыли местных производителей. Но в некоторых случаях постоянного или спорадического демпинга выгоды потребителей от низких цен могут на самом деле превышать возможные потери местных производителей.

4.6. ВЫВОДЫ

1. Свободная торговля увеличивает мировое благосостояние в целом, однако она в то же время неизбежно приводит к перераспределению доходов между различными слоями населения в каждой из стран, а также между странами: одни выигрывают, а другие проигрывают. Такой результат свободной, ничем не ограниченной торговли вызывает необходимость проведения торговой политики — системы целенаправленных действий национального государства по регулированию направлений и структуры внешней торговли страны. Инструменты торговой политики весьма разнообразны, они делятся на тарифные и нетарифные методы (количественные, скрытые и финансовые). На сегодняшний день все страны без исключения в качестве важнейшего инструмента своей торговой политики используют таможенный тариф, понимая под ним пошлину, которой облагается товар, пересекающий таможенную границу страны. Выделяют экспортные и импортные пошлины, а также адвалорные, специфические и смешанные (в зависимости от того, каким способом они исчисляются).

2. Использование тарифов обуславливается рядом причин. Во-первых, тариф, как и любой другой налог, может содействовать снижению потребления того или иного товара. Введение тарифа на импортируемый товар делает его относительно более дорогим для потребителей. Во-вторых, введение тарифов увеличивает государственные доходы в стране, которая их вводит. Развитые страны редко вводят тарифы специально для увеличения государственных доходов, поскольку эти страны имеют соответствующую институциональную структуру, позволяющую им в значительной степени полагаться на налоги с доходов частных лиц и корпораций. Страны, у которых этого нет, вынуждены больше полагаться на доходы от тарифов (таможенных пошлин) и усиленно контролировать свои таможенные границы. Россия, например, существенную

долю своих государственных доходов получает от поступлений таможенных пошлин. В-третьих, причиной использования тарифов может выступать необходимость сокращения импорта для уменьшения дефицита торгового баланса. В этом случае страна облагает тарифами подавляющее большинство товаров, чтобы сократить стоимость импорта, одновременно проводя политику поощрения экспорта в целях увеличения экспортных поступлений. И, в-четвертых, наиболее распространенной причиной использования тарифов является защита отдельных отраслей местной промышленности от иностранной конкуренции.

3. Введение импортного тарифа оказывает серьезное воздействие на экономику страны. Последствия введения тарифов принято называть эффектами тарифов; существуют такие виды эффектов, как эффект защиты, эффект потребления, эффект производства, эффект доходов, эффект перераспределения и др. Введение импортного тарифа изменяет цены товаров в экспортирующей и импортирующей стране: в первой она снижается, а во второй повышается. В результате потребители в импортирующей стране теряют, а потребители в экспортирующей стране оказываются в выигрыше. Производители, наоборот, выигрывают в импортирующей стране и проигрывают в стране-экспортере. Государство, вводящее таможенную пошлину, получает доход. Для количественного сопоставления всех выгод и потерь или эффектов введения тарифа используются такие понятия, как излишек потребителя и излишек производителя. Эффекты по-разному воздействуют на страну, которая ввела тариф, в зависимости от того, является ее экономика большой или малой.

4. В условиях малой страны, в результате введения импортного тарифа, в выигрыше оказываются производители и государство, а в проигрыше — потребители. Чистый эффект благосостояния малой страны в целом будет отрицательным. Этот эффект (т.е. чистые потери) можно оценить количественно, если знать конкретную ставку импортного налога и величину сокращения импорта или эластичность спроса по цене. Эти потери связаны с неэффективной деятельностью производителей, выпускающих больше товаров без увеличения конкурентоспособности, а также с тем, что вследствие обложения иностранного товара импортной пошлиной потребитель вынужден либо тратить на его приобретение большую сумму денег, либо приобретать его в меньших количествах, либо и то и другое одновременно.

5. Эффекты введения тарифа в большой стране отличаются от аналогичных эффектов в малой стране, поскольку большая страна может оказывать влияние на условия торговли (мировые цены) в отличие от малой страны, которая «получает» свои условия торговли как заданную извне величину. Чистые эффекты тарифа в большой стране могут быть и от-

рицательными, и положительными. Если чистые потери (эффект производства и эффект потребления) превышают эффект дохода (эффект условий торговли), то введение тарифа в целом вредит большой стране. Если доход от иностранных производителей превышает чистые потери, большая страна может улучшить свое благосостояние вследствие введения импортного тарифа. Поэтому в случае большой страны возникает проблема введения оптимального тарифа, который максимизировал бы ее благосостояние. (Для малой страны оптимальный тариф всегда равен нулю вследствие отсутствия эффекта условий торговли.) У большой страны введение импортного тарифа сначала вызывает увеличение благосостояния, а потом, начиная с определенного момента, его снижение. Политика введения оптимального тарифа, направленная на увеличение своего благосостояния за счет других стран, называется политикой по разорению соседа. Ее особенность состоит в том, что она всегда связана с опасностью ответных мер. Взаимные тарифные ограничения могут привести к тарифной войне, которая в конечном итоге снижает объем взаимной торговли и общее благосостояние торгующих стран.

6. По мере того как тарифы снижаются и постепенно теряют свое значение, страны расширяют использование для защиты своего рынка от иностранных конкурентов других инструментов, которые получили название нетарифных барьеров (НТБ). Процесс распространения в последние десятилетия нетарифных мер защиты внутреннего рынка иногда называют «новым протекционизмом» или «неопротекционизмом», его расширение вызывает озабоченность экономистов, занимающихся проблемами международной торговли, а также политиков. По данным ГАТТ, во второй половине 1980-х гг. нетарифные ограничения охватывали 18% международной торговли. По данным МБРР, доля нетарифных барьеров в конце 1990-х гг. достигла 27% от объема торговли. Существуют разнообразные виды НТБ: количественные (квотирование и лицензирование, «добровольные» ограничения экспорта), скрытые (технические и административные барьеры, требование о содержании местных компонентов, государственные закупки, внутренние налоги и сборы), финансовые (субсидии, кредитование, демпинг).

7. Импортные квоты — это количественные ограничения на физический объем ввоза товара из одной страны или на ввоз определенного товара из всех стран-импортеров в совокупности в течение определенного периода времени, они являются одним из наиболее распространенных и прозрачных видов НТБ. В целом эффекты введения импортной квоты аналогичны эффектам введения импортного тарифа, однако есть и различия. Основное различие между квотами и тарифами состоит в том, что доходы от тарифов поступают государству,

вводящему тарифы, а получатель квотной ренты не всегда известен. Если оставить в стороне вопрос о распределении квотной ренты (эффект дохода), то можно, имея конкретный уровень тарифа, определить соответствующий уровень квоты с абсолютно теми же эффектами влияния на цены, производство и потребление в любой момент времени. Подобным же образом, имея определенную квоту, можно установить тариф с абсолютно теми же эффектами. Именно в этом смысле говорят об эквивалентности квот и тарифов. Этот результат создает основу для процесса тарификации — замены странами импортных квот на эквивалентные импортные тарифы, чего требуют решения Уругвайского раунда ГАТТ.

8. Добровольные ограничения экспорта (ДОЭ) означают обязательства экспортера ограничить объем экспорта определенного товара, как правило, в рамках официальных или неофициальных соглашений на межправительственном уровне. По своим эффектам ДОЭ очень схожи с квотами, поскольку и те и другие означают количественные ограничения по ввозу товара в страну. Но есть между ними и различия: та величина, которая в случае с тарифами означает увеличение фискальных доходов государства, а в случае с квотами — увеличение ренты импортеров, при введении ДОЭ трансформируется в ренту экспортеров. Различаются квоты и ДОЭ и по методу управления. В случае с квотами импортирующая страна полностью берет на себя груз организации квотного механизма, тогда как при ДОЭ весь процесс регулирует экспортирующая страна. Руководство ДОЭ со стороны экспортирующей страны увеличивает вероятность того, что иностранные производители или экспортеры получают основную часть ренты. В результате для экспортеров предпочтительнее иметь дело с ДОЭ со стороны страны-импортера, чем с импортными квотами или тарифами.

9. Финансовые нетарифные методы составляют особую группу инструментов торговой политики. Их особенность состоит в том, что они направлены в первую очередь на стимулирование экспорта и / или создание благоприятных условий для национальных экспортеров по сравнению с производителями из других стран. В состав финансовых нетарифных методов принято включать субсидии, кредитование экспорта, а также демпинг. Эффекты субсидий в целом заключаются в том, что производители экспортирующей страны получают выигрыш за счет потребителей своей страны и налогоплательщиков; потери благосостояния превышают выигрыш. Демпинг представляет собой достаточно распространенный в мире метод конкурентной борьбы за рынки. Экономисты, как правило, выделяют три вида демпинга: спорадический, постоянный и хищнический. На практике же вычле-

нение определенного вида демпинга часто бывает затруднено. В любом случае демпинг — это международная дискриминация в ценах, при которой фирма продает один и тот же товар на разных рынках по различным ценам с целью вытеснения конкурентов. В мировой торговой практике демпинг рассматривается как метод недобросовестной конкурентной борьбы за рынки. Торговые ограничения, в целях борьбы с преднамеренным демпингом, являются обоснованными и разрешены в целях защиты местных отраслей от недобросовестной конкуренции иностранных фирм. Эти ограничения обычно принимают форму антидемпинговых пошлин, которые предназначены для устранения различий в ценах, или угрозы введения таких пошлин.

Ключевые термины к главе 4

Торговая политика	Импортная лицензия
Протекционизм	Экспортная лицензия
Свобода торговли	Тарификация
Таможенный тариф	«Добровольные» ограничения экспорта
Экспортный тариф	Административные барьеры
Импортный тариф	Технические стандарты
Адвалорная пошлина	Государственные закупки
Специфическая пошлина	Требования о содержании местных компонентов
Смешанная пошлина	Внутренние налоги и сборы
Малая страна	Субсидия, дотация
Большая страна	Внутренняя субсидия
Излишек производителя	Экспортная субсидия
Излишек потребителя	Компенсационная пошлина
Чистые потери общества	Недобросовестная конкуренция
Оптимальный тариф	Экспортное кредитование
Парадокс Метцлера	Демпинг
Фактический уровень таможенной защиты	Спорадический (случайный) демпинг
Нетарифные барьеры	Преднамеренный (хищнический) демпинг
«Новый протекционизм»	Постоянный (устойчивый) демпинг
Квота	Ценовая дискриминация
Импортная квота	Антидемпинговая пошлина
Экспортная квота	Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ)
Квотная рента	Уругвайский раунд ГАТТ
Лицензия	Всемирная торговая организация

Вопросы для повторения и обсуждения к главе 4

1. Покажите различия и сходные черты различных видов таможенных пошлин.
2. Каковы основные функции импортных пошлин, экспортных пошлин, в развитых странах, в России?
3. В чем состоят эффекты благосостояния после введения импортного тарифа в малой стране? Как их можно измерить?
4. В чем состоят эффекты благосостояния после введения импортного тарифа в большой стране? Как их можно измерить?
5. В чем отличие анализа тарифа в условиях частичного и общего равновесия?
6. Что такое оптимальный тариф? В чем состоит взаимосвязь между изменениями в условиях торговли страны и объемом торговли?
7. Какую из возможных классификаций нетарифных барьеров вы можете привести?
8. Как вы понимаете термин «новый протекционизм»? В чем его суть? Как он связан со «старым» протекционизмом?
9. Что такое импортная квота? Каковы основные эффекты квоты? В чем ее отличие от тарифа? В чем квоты эквивалентны тарифам?
10. В чем состоят особенности «добровольных» ограничений экспорта? В каких случаях они используются? Какую роль здесь играют правительства страны-экспортера и страны-импортера?
11. Что такое скрытые нетарифные барьеры? Как они ограничивают торговлю?
12. Что такое демпинг? Какие виды демпинга вы знаете? Почему демпинг считается ограничением торговли?
13. Что необходимо для того, чтобы ввести антидемпинговую пошлину? Каковы последствия антидемпинговой пошлины?
14. Почему страны субсидируют свой экспорт? Почему экспортные субсидии считаются нетарифным инструментом ограничения торговли?
15. Экономическая теория утверждает, что введение тарифа малой страной сокращает ее благосостояние. Почему на практике так много стран используют тарифы в своей торговой политике?
16. С какими основными проблемами сталкивается сегодня развитие международной торговли?

ГЛАВА 5

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ

5.1. ВВЕДЕНИЕ

Слово «интеграция» происходит от латинского *integratio*, что означает объединение в целое каких-либо частей, элементов. С экономической точки зрения **интеграция** (часто говорят об экономической интеграции или, что более точно отражает суть процесса, о региональной интеграции) — это процесс взаимного приспособления и объединения национальных экономик различных стран в единую хозяйственную систему. Чаще всего в основе процессов региональной интеграции лежит комплекс самых разных причин и оснований, причем далеко не всегда именно экономические факторы играют базовую роль.

В этой главе мы рассмотрим основные теоретические подходы к анализу экономической интеграции. Канадский экономист Я. Вайнер (1950) впервые показал, что любой вид регионального торгового соглашения будет объединять в себе два типа противоположных эффектов: эффекты создания торговли (элемент либерализации) и эффекты отклонения торговли (элемент протекционизма). Отсюда следует, что общие эффекты интеграции не всегда будут положительными, и создание региональных экономических группировок — это всегда политика «второго лучшего» по сравнению с политикой свободной торговли.

Заключительные параграфы главы будут посвящены описанию реальной практики интеграции такой крупнейшей региональной экономической группировки, как Европейский союз (ЕС), а также обзору последних событий в СНГ.

5.2. ЭТАПЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Интеграция представляет собой процесс, который проходит в своем развитии несколько последовательных стадий или этапов. Основным критерием при делении экономической интеграции на стадии является наличие ограничений в торговле между интегрирующимися странами: чем меньше ограничений в торговле товарами, услугами и факторами производства, тем выше уровень интеграции. На последних стадиях добавляется общность экономической политики, приво-

дящая в конечном итоге к использованию общей валюты. Принято выделять пять уровней экономической интеграции (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Этапы экономической интеграции

Этап интеграции	Сокращение тарифов внутри группировки	Отмена всех тарифов внутри группировки	Единый тариф в отношении третьих стран	Свободная мобильность труда и капитала внутри группировки	Единая экономическая политика и единая валюта внутри группировки
Преференциальные торговые соглашения	+	—	—	—	—
Зона свободной торговли	+	+	—	—	—
Таможенный союз	+	+	+	—	—
Общий рынок	+	+	+	+	—
Экономический союз	+	+	+	+	+

Продвижение от преференциальных торговых соглашений к экономическому союзу предполагает последовательное повышение степени интеграции. Рассмотрим более детально каждую из стадий.

5.2.1. Преференциальные торговые соглашения

Первоначальный этап экономической интеграции — преференциальное торговое соглашение¹. В рамках такого соглашения страны-участницы договариваются установить более низкие (льготные) тарифы в торговле внутри группировки по сравнению с торговлей с третьими странами, не входящими в группировку. Каждая из стран продолжает проводить свою собственную политику, но торговая политика каждой включает преференциальное отношение к другим странам-членам группировки. В рамках такого соглашения сокращаются не только тарифы, но и другие торговые ограничения на некоторые товары и услуги. Вместе с тем не происходит общего снижения внутренних тарифов или введения единого внешнего тарифа. На рисунке 5.1, а дана иллюстрация ситуации, когда торгуют три страны, причем страна А и страна В — члены преференциального торгового соглаше-

¹ В литературе по экономической интеграции понятия «преференциальные торговые соглашения» и «региональные торговые соглашения» также используются для обозначения всех стадий интеграции, как родовое или общее понятие.

ния, а страна С — это третья страна, не входящая в группировку. Страны А и В устанавливают для стран, не входящих в преференциальное соглашение, импортные тарифы в два раза выше, чем для членов этого соглашения. Примером такого рода торговых соглашений может служить преференциальный доступ на рынки ЕС товаров из стран Африки, Карибского бассейна и Тихоокеанского региона (страны АКТ) в рамках Ломейских конвенций.

5.2.2. Зона свободной торговли

Следующая ступень интеграции — зона свободной торговли (ЗСТ), что означает устранение всех барьеров в торговле внутри группировки при сохранении различных барьеров в торговле с третьими странами. Зона свободной торговли может охватывать все или только часть торгуемых товаров. Участники ЗСТ отменяют внутренние тарифы и другие барьеры, которые ограничивают торговлю внутри ЗСТ, но не разрабатывают никакой единой торговой политики по отношению к третьим странам. Однако в соответствии с принципом недискриминации в рамках ГАТТ / ВТО в зоне свободной торговли или в Таможенном союзе должны быть устранены барьеры в торговле всеми или практически всеми товарами. На рисунке 5.1, б показана зона свободной торговли, где страна А вводит 10%-ный, а страна В — 20%-ный тариф на импорт из страны С, тогда как между странами А и В тарифы устранены. Такое положение может способствовать экспорту товаров, предназначенных для страны В, из страны С через страну А, поскольку в этом случае страна С сможет избежать 20%-ного тарифа на ввоз в страну В, ввезя товар в страну А и заплатив пошлину всего в 10%, а затем беспошлинно переправив его в страну В. В такой зоне таможенный контроль на границах стран-участниц должен быть сохранен. Его целью в этом случае становится налогообложение или запрещение импорта из третьих стран, который мог проникнуть в зону благодаря низкому таможенному барьеру страны-участницы. Проблемы транзитной транспортировки (transshipping problems) всегда возникают, когда страны одной группировки вводят различные тарифы на импорт из третьих стран. В настоящее время примерами зон свободной торговли могут служить такие объединения как ЕАСТ, НАФТА, МЕРКОСУР и др.

5.2.3. Таможенный союз

Следующая ступень интеграции — таможенный союз. В соответствии с таким соглашением страны, входящие в группировку, вводят единый таможенный тариф в торговле с третьими странами при

полном отсутствии тарифов в торговле внутри группировки (как это было уже в зоне свободной торговли). Таможенный союз является собой форму коллективного протекционизма. Если страны А и В из предыдущего примера (рис. 5.1, в) сформируют таможенный союз, то они установят единый таможенный тариф по отношению к третьей стране — он может составить 20%, 10% или компромиссный вариант в 15%. Это устранил возможность для транзитной транспортировки. Торговля внутри группировки будет оставаться беспрепятственной. В случае ЕС единый таможенный тариф был установлен на уровне, среднем из доинтеграционных тарифов стран-участниц. Необходимо отметить также, что функционирование таможенного союза отнюдь не предполагает унификацию таможенно-тарифной политики для всего спектра производимых и потребляемых товаров. В сферу интеграционной деятельности на этом этапе постепенно попадают различные отрасли и секторы экономики. Интеграция происходит и в валютно-финансовой области, но такое сотрудничество, особенно на первых порах, не является приоритетным. Оно скорее играет роль обслуживающего фактора. Как правило, в рамках таможенного союза создаваемые финансовые институты, банки, страховые компании играют второстепенную роль. Примером таможенного союза может служить ЕЭС.

5.2.4. Общий рынок

Четвертая ступень экономической интеграции — это общий рынок, при котором свободная торговля распространяется с рынка товаров на рынки факторов производства (миграция трудовых ресурсов и движение капиталов). Примером служит ЕС. Перерастание таможенного союза в общий рынок обуславливается как чисто экономическими, так и политическими факторами. Несмотря на исчезновение тарифных препятствий в обмене, существуют и нетарифные — различия в технических нормах, законодательная защита национальных марок товаров и т.д. Кроме того, страны — участницы общего рынка, как правило, поддерживают фиксированные валютные курсы на национальные валюты друг друга. Для стран ЕС характерно свободное движение на рынке четырех элементов: товаров, услуг, труда и капитала. На этапе общего рынка проводится также разработка общей политики развития отдельных отраслей и секторов экономики. Не случайно в ЕС при переходе к общему рынку в качестве таких приоритетных сфер были определены сельское хозяйство и транспорт. Указанные экономические шаги обуславливают согласование серьезных действий по гармонизации и унификации национальных законов. При

этом особое место отводится введению системы мер, которые предотвращают нарушения норм, регулирующих конкуренцию. Естественно, это предопределяет необходимость формирования специальных, в том числе наднациональных, органов управления и контроля. В ЕС это Совет Европейского союза, Европейский парламент, Европейская комиссия, Европейский совет, Европейский суд и др.

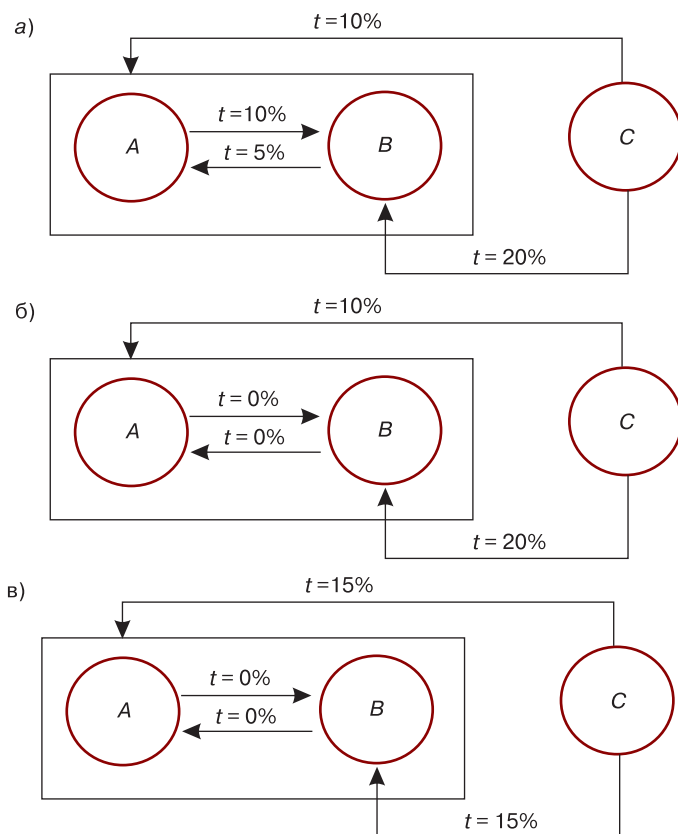


Рис. 5.1. Тарифы на различных этапах экономической интеграции:
а — преференциальное торговое соглашение; б — зона свободной торговли;
в — таможенный союз

5.2.5. Экономический и валютный союз

Наиболее развитая ступень интеграции — экономический союз, означающий проведение общей экономической политики и введение

единой валюты. Иногда такое объединение называют экономическим и валютным союзом. Этого уровня очень трудно достичь и столь же трудно его поддерживать, поскольку он подразумевает согласование между странами довольно широкого круга вопросов, включая микроэкономическую и макроэкономическую политику. Даже страны, которые достаточно близки с политической, экономической и культурной точки зрения, сильно различаются между собой, поэтому достижение согласия бывает весьма проблематичным. Исторически страны очень неохотно расставались со своим национальным суверенитетом ради общих интересов экономического союза. В то время как политические границы имеют экономическое значение, экономические барьеры тоже имеют политический подтекст. На этой стадии происходит гармонизация институциональных рамок с точки зрения политики конкуренции, поставок, результатом чего является высокая степень координации. На самом деле экономический союз всегда идет «в паре» с валютным союзом, в рамках которого проводится единая денежно-кредитная политика. Пример: Экономический и валютный союз.

5.3. НЕОКЛАССИЧЕСКИЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Каковы эффекты региональных интеграционных объединений? С первого взгляда может показаться, что это шаг в сторону свободной торговли. Однако в целом общие эффекты благосостояния, вытекающие из процесса экономической интеграции, весьма неопределенны и требуют более тщательного анализа. Причина такой неопределенности состоит в том, что интеграция — это противоречивый процесс. Это одновременно и политика протекционизма (в отношении третьих стран), и шаг в сторону свободной торговли (внутри группировки).

Канадский экономист Я. Вайнер в своей книге «Проблема таможенного союза» (1950), которая стала основой для последующих экономических исследований проблематики таможенных союзов и свободных экономических зон, впервые дал строгий анализ способов, с помощью которых таможенный союз может влиять на торговые потоки и распределение ресурсов. Вайнер впервые показал, что любой вид регионального торгового соглашения (будь то преференциальное торговое соглашение, зона свободной торговли или таможенный союз) будет нести в себе два типа противоположных эффектов: эффекты создания торговли (trade creation) и эффекты отклонения

или переключения торговли (trade diversion). Результат будет зависеть от того, какой эффект окажется сильнее. Рассмотрим эти вопросы более подробно.

5.3.1. Статические эффекты создания и отклонения торговли

Элемент либерализации торговли в процессе интеграции называется *созданием торговли*. Отмена тарифов в торговле между странами — членами региональной группировки приводит к этому эффекту, поскольку более дешевый (с более низкими издержками) импорт заменяет более дорогое местное производство определенного товара. Это действительно шаг в сторону более свободной торговли и лучшей аллокации ресурсов (товары теперь производятся там, где это дешевле). Интеграция устраняет протекционизм внутри группировки и позволяет странам-членам специализироваться и торговать на основе сравнительных преимуществ, используя потенциальную экономию от масштаба.

Протекционистский элемент интеграции принято называть *отклонением торговли*. Этот эффект вызывает дискриминация торговых партнеров, не входящих в группировку. Дешевый импорт из третьих стран заменяется более дорогим импортом из стран — членов группировки. Это движение в сторону протекционизма и менее эффективно-го размещения глобальных ресурсов.

Эффекты создания и отклонения торговли принято считать статическими эффектами интеграции, т.е. такими, которые проявляются непосредственно после создания таможенного союза. Существуют и динамические эффекты интеграции, проявляющиеся в более отдаленной перспективе. Они будут рассмотрены ниже в этой главе.

Графическая иллюстрация эффектов создания и отклонения торговли. На рисунке 5.2 дана графическая иллюстрация эффектов создания и отклонения торговли.

Мы рассматриваем здесь случай малой страны A , полагая, что отменяются барьеры на товар X в торговле между группой стран, входящих в региональную группировку. Это означает, что между странами создается зона свободной (беспошлинной) торговли. Кривые D и S — это кривые внутреннего спроса и предложения товара X в стране A . S_M — предложение товара X из других стран, которые входят в зону свободной торговли (members). S_{NM} — предложение товара X из стран, не входящих в зону свободной торговли (non-members). Отметим сразу, что товар X из (будущих) стран — членов группировки предлагается по более высокой цене, чем из других стран.

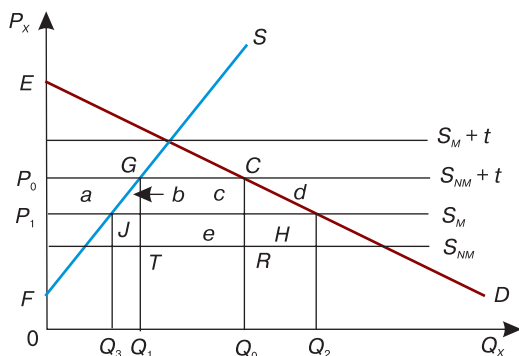


Рис. 5.2. Эффекты создания и отклонения торговли в зоне свободной торговли товаром X

До начала интеграции импорт товара X в страну A из всех стран облагается тарифом t за единицу товара. Таким образом, кривые $S_M + t$ и $S_{NM} + t$ представляют собой кривые предложения импорта товара X из двух возможных источников. Точка C — точка первоначального равновесия, поскольку потребители страны A предпочитают более дешевый импорт. Резиденты страны A потребляют Q_0 единиц товара X по цене P_0 , из которых Q_1 производятся внутри страны и $Q_0 - Q_1$ импортируются из стран, которые, если будет иметь место интеграция, не войдут в зону свободной торговли. Товар X не импортируется из стран — членов группировки, потому что страны, в нее не входящие, предлагают товар X по более низкой цене, чем страны-члены: на графике S_{NM} лежит ниже S_M , или $S_{NM} + t$ лежит ниже $S_M + t$. Излишек потребителя в стране A представлен зоной треугольника P_0EC , а излишек внутреннего производителя — зоной FP_0G . Государство собирает тарифные поступления, равные площади прямоугольника $TGCR$.

Эффект создания торговли. После создания зоны свободной торговли соответствующие кривые предложения товара X в стране A таковы: S_M (потому что импорт из стран-членов больше не облагается тарифами) и $S_{NM} + t$ (потому что импорт из стран нечленов зоны продолжает облагаться пошлинами). Новая точка равновесия — точка H, поскольку цена предложения S_M ниже цены предложения $S_{NM} + t$. Потребители в стране A потребляют Q_2 единиц товара X по цене P_1 , из которых Q_3 единиц производится внутри страны, а оставшееся количество ($Q_2 - Q_3$) импортируется, но уже из стран-членов. Излишек потребителя возрастает на величину $(a + b + c + d)$, а излишек внутреннего производителя сокращается на зону a . Государство теперь не по-

лучает доходов от тарифов, поскольку весь импорт товара X больше не облагается пошлинами. Зона c , которая первоначально отходила государству как доход от тарифов, теперь перемещается потребителям в форме сниженных цен на товар X . Зона b — это чистый выигрыш от увеличения эффективности; единицы товара X между Q_3 и Q_1 первоначально производились внутри страны с относительно высокими издержками (это представлено на графике высотой S_M). Этот выигрыш от эффективности — только одна часть торговообразующего эффекта интеграции. Зона d составляет другую его часть. Как только более дешевый импорт становится доступным, потребление возрастает с Q_0 до Q_2 . С каждой дополнительной единицей потребления стоимость для потребителей (представленная высотой кривой спроса) превышает альтернативные издержки производства (представленные высотой S_M). Общий объем эффекта создания торговли, вследствие отмены тарифов на импорт между членами интеграционной группировки, равняется сумме зон b и d .

Эффект отклонения торговли. Зона e на графике иллюстрирует интеграционный эффект отклонения торговли. Отметим, что до начала интеграции весь импорт в страну A поступал из стран-нечленов, более дешевых производителей товара X . После начала интеграции весь импорт стал поступать из стран-членов, более дорогих производителей товара X . Это переключение с дешевого импорта на дорогой и представляет собой отклонение торговли. До интеграции зона e была частью тарифных доходов местного правительства. После создания зоны свободной торговли e превращается в чистую потерю. Каждая единица импорта между Q_1 и Q_0 теперь производится по альтернативным издержкам, представленным высотой S_M , а не по более низким альтернативным издержкам, представленным высотой S_{NM} .

Общий эффект интеграции. Общее влияние интеграции на благосостояние определяется сопоставлением эффектов создания торговли и отклонения торговли. Экономисты вычисляют общий эффект интеграции методом калькуляции эффектов, соответствующих зонам a , b , c , d , e на рис. 5.2, для каждого торгуемого товара. Применительно к европейскому сообществу расчеты показали, что эффект создания торговли превышал эффект отклонения торговли. Если доминирует эффект создания торговли, то интеграция ведет к увеличению благосостояния, а если эффект отклонения торговли — к его снижению. Отметим, что если страны-члены производят товар X с более низкими издержками, то эффект отклонения торговли будет отсутствовать, и интеграция, безусловно, увеличит благосостояние. Отметим также, что если тариф достаточно низок, чтобы цена импорта (включая та-

риф) из стран-нечленов была ниже, чем цена импорта без тарифов из стран-членов, то в этом случае интеграция не будет иметь ни эффекта создания торговли, ни эффекта отклонения торговли, поскольку не будет торговли между членами группировки.

Факторы, способствующие доминированию эффектов создания торговли. Сформулируем несколько общих правил, благодаря действию которых создание торговли, скорее всего, будет доминировать над отклонением торговли в таможенном союзе или зоне свободной торговли:

- чем больше размер интеграционной группировки, тем больше появляется благоприятных возможностей для создания торговли, поскольку выше вероятность того, что в группировку войдут производители с более низкими издержками;
- чем ниже уровень единого таможенного тарифа в условиях таможенного союза по сравнению с уровнем тарифов, существовавших до него, тем меньше отклонение торговли и тем более вероятен эффект создания торговли;
- чем выше первоначальные тарифы стран-членов при прочих равных условиях, тем более вероятен эффект создания торговли и повышение благосостояния;
- чем выше степень дополняемости стран (измеряемая различиями в наборе отраслей промышленности, которые имеют протекционистскую защиту), тем выше вероятность торгового отклонения;
- чем выше уровень конкурентоспособности страны (подобно отраслям с высокой степенью протекционизма) при условии их потенциальной комплиментарности (т.е. с различными уровнями затрат на единицу продукции в одних и тех же отраслях в двух странах), тем выше вероятность создания торговли;
- чем выше уровень защиты на потенциальном экспортном рынке за пределами союза для товаров, в которых страны-члены имеют сравнительные преимущества в условиях свободной торговли, тем меньше риск отклонения торговли.

Из этого следует, что интеграция одних групп стран будет в большей степени расширять их благосостояние по сравнению с другими группами. В особенности это относится к интеграционным группировкам, объединяющим страны сходного уровня экономического развития, поскольку их национальные экономики будут скорее конкурентными по отношению друг к другу, чем взаимодополняющими.

Прочие статические эффекты благосостояния. Кроме эффектов распределения ресурсов, интеграция может вызывать и другого типа статические эффекты для участвующих стран. Прежде всего создание таможенного союза может привести к благоприятным изменениям

в условиях торговли. Если создание союза приводит к отклонению торговли, результатом также может быть падение мировых цен на некоторые товары, импортируемые из других стран мира. Это подобно рассмотренному выше случаю большой импортирующей страны, которая может увеличить свое благосостояние введением оптимального тарифа.

Еще один возможный эффект состоит в том, что в условиях снижающихся средних издержек расширение союза может приводить к выигрышу, т.е. увеличению эффективности. Это предполагает, что до образования союза внутренний рынок товара был настолько мал, что фирмы не могли производить на оптимальном уровне. Далее предполагается, что страна столкнулась с высокими тарифами в остальных странах мира и, следовательно, не смогла преодолеть ограничения внутреннего рынка путем расширения экспорта. Если затраты на единицу товара падают вместе с расширением производства, то либо потребители будут получать выгоды за счет более низких цен, либо производители будут извлекать более высокие прибыли. Таким образом, экспортирующая страна тем или иным способом будет получать дополнительный чистый рост благосостояния.

5.3.2. Динамические эффекты интеграции

Проведенный нами анализ экономической интеграции (см. рис. 5.2) — это анализ статического типа, фокусирующий внимание на краткосрочном периоде, одномоментном результате перераспределения ресурсов, вызванного отменой барьеров внутри зоны свободной торговли. Но у интеграции могут быть и динамические эффекты, которые проявляются в долгосрочном периоде. Поэтому полный анализ интеграции должен включать исследование положительных и отрицательных эффектов динамических изменений. Кстати, в последнее время в попытках найти причины, объясняющие региональную интеграцию, экономисты стали подчеркивать значение именно ее динамических эффектов.

Расширение внутреннего рынка. Одним из важнейших положительных динамических эффектов экономической интеграции следует считать расширение внутреннего рынка. В отраслях, где возможен эффект масштаба, растущий объем рынка позволяет фирмам использовать экономию от масштаба и сокращать средние издержки, повышая тем самым свою конкурентоспособность на внешних рынках. Динамичный рост экспорта будет поощрять фирмы больше тратить на инвестиции, что приведет к увеличению темпов роста постоянных инвестиций

в стране, а это, в свою очередь, повлечет за собой повышение темпов экономического роста. Расширение объема внутреннего рынка будет стимулировать приток иностранного капитала из третьих стран в форме прямых инвестиций и последующего международного производства.

Увеличившийся размер рынка может также дать группе стран некоторую монопольную власть на мировом рынке. Таким образом, группа «малых» стран может, объединившись, действовать как одна «большая» страна и вводить оптимальный тариф или налоги на экспорт. Кроме того, такое «объединение власти» может оказаться очень важным фактором при решении вопросов внутри международных организаций и в ходе других переговоров. Одна из наиболее часто упоминающихся причин создания европейского сообщества в 1957 г. — это необходимость выступать единой, объединенной силой на переговорах с США.

Рост конкурентных преимуществ некоторых отраслей промышленности. Дополнительный источник динамических выгод от экономической интеграции принимает форму возросшего конкурентного давления на отрасли внутри интеграционной группировки. Поскольку торговые барьеры внутри группировки устраняются, отрасли сталкиваются с конкуренцией со стороны аналогичных отраслей других стран-членов. Если группировка дает возможность рыночным силам определять успех или неудачу, то специализация внутри нее будет развиваться по линии сравнительных преимуществ. Можно предположить, что это будет стимулировать рост технологических инноваций, поскольку фирмы в отраслях высоких технологий сталкиваются с особенно острой конкуренцией и должны внедрять инновации, чтобы выжить.

Монополизация и сопутствующая ей неэффективность менее вероятны на региональном рынке. Это также может способствовать более быстрому экономическому росту в странах группировки и распространению передовой технологии. Однако если в рамках группировки будет «назначаться» отрасль приоритетного развития, то потенциальные выгоды растущей конкуренции могут оказаться весьма незначительными. Вопрос о «распределении» отраслей между странами внутри группировки всегда вызывает законное беспокойство, особенно в группировках развивающихся стран, члены которых очень стремятся к индустриализации. Очень часто этот вопрос становится своеобразным камнем преткновения в процессе продвижения региональной интеграции.

Перераспределение ресурсов между странами-членами. К отрицательным динамическим эффектам интеграции можно отнести возможный отток ресурсов из менее развитых стран группировки в более

развитые. На практике такая ситуация особенно характерна для региональных группировок развивающихся стран, когда неравномерное распределение выгод от интеграции приводит не только к трудностям развития, но зачастую и к распаду интеграционных союзов. Для предотвращения таких последствий интеграционные группировки проводят региональную политику с целью стимулирования экономического развития наиболее отсталых регионов. Такая политика весьма развита в рамках Европейского союза; в группировках развивающихся стран на нее часто не хватает необходимых финансовых ресурсов.

5.3.3. Попытки измерения выгод от интеграции

Практические оценки объемов создания и отклонения торговли, даже применительно к наиболее развитым интеграционным группировкам, весьма затруднены, поскольку здесь приходится сравнивать существующие торговые потоки между странами, входящими в таможенный союз, с теми торговыми потоками, которые гипотетически могли бы существовать, если бы таможенного союза не было.

Подход Б. Балассы. Попытку измерения эффектов создания и отклонения торговли внутри европейского сообщества (ЕС) предпринял американский экономист Б. Баласса в 1974 г. Его метод и по сей день считается классическим. Для измерения эффектов он использовал показатель фактической эластичности по доходам спроса на импорт и ВВП в постоянных ценах.

Концепция Балассы исходит из следующих предположений (допущений):

- 1) если бы страны не образовали ЕС, эластичность спроса на импорт во всех них осталась бы неизменной;
- 2) рост эластичности спроса на импорт из страны, входящей в ЕС, представляет собой эффект создания торговли в широком смысле слова, независимо от того, замещает ли этот импорт внутреннее производство или производство в странах, не входящих в ЕС;
- 3) падение эластичности спроса на импорт из стран, не входящих в ЕС, представляет собой эффект отклонения торговли;
- 4) рост эластичности спроса из всех стран, как входящих, так и не входящих в ЕС, представляет собой эффект создания торговли в буквальном смысле, поскольку свидетельствует о том, что страны ЕС стали более восприимчивы к импорту.

Исходя из этих предпосылок, Баласса сравнил эластичность спроса на импорт стран ЕС в 1953—1959 гг., т.е. до образования интеграционной группировки, с тем же показателем 1959—1970 гг. по семи от-

раслям. В соответствии с полученными результатами образование ЕС имело эффект создания торговли весьма существенных размеров. Если до создания ЕС каждый 1% роста ВВП приводил к увеличению торговли на 2,4%, то после создания ЕС — уже на 2,7%, т.е. на 12,5% больше. В топливной промышленности этот рост был еще выше и достиг 50%, в химической промышленности, машиностроении и автомобилестроении — по 20%. Эффект отклонения торговли в целом отсутствовал: эластичность спроса на импорт из стран, не входящих в ЕС, до и после образования ЕС осталась на уровне 1,6%. Хотя в отдельных отраслях (продукты питания, напитки, табак, химические товары) эффект отклонения торговли все же имел место. Наконец, эффект создания торговли в буквальном смысле (рост эластичности спроса на импорт из всех стран) составил порядка 10%. Особенно четко он проявился в топливной промышленности, машиностроении и автомобилестроении.

И хотя динамические выгоды от интеграции измерить гораздо сложнее, чем статические, эти попытки показали, что они могут быть весьма значительными. Вслед за Балассой и другие ученые занимались измерением эффектов интеграции, включая динамические выгоды.

Первые измерения эффектов экономической интеграции в Западной Европе показали, что эффекты создания торговли действительно превышают эффекты отклонения торговли, но составляют менее 1% ВВП стран-членов. Если, однако, включить сюда и динамические эффекты, то рост благосостояния, по-видимому, будет намного больше. Так, по оценкам Оуэна (Owen, 1983), если принять во внимание динамические эффекты, то ВВП шести первых членов ЕС в 1980 г. был на 3—6% больше, чем мог бы быть без интеграции. К аналогичным результатам пришла и Маркес-Мендес (Marques-Mendes, 1983): по ее оценке, к 1972 г. ВВП стран ЕС был на 2,2% выше по сравнению с ситуацией отсутствия региональной группировки, а к 1981 г. — на 5,9% выше. Однако верно также и то, что динамические эффекты проявились бы и при многостороннем снижении тарифов, т.е. не на региональной основе. С другой стороны, если бы некоторые страны отказались снизить тарифы, то такие многосторонние соглашения стали бы невозможны, и тогда региональное сокращение тарифов оказалось бы единственным средством увеличения благосостояния.

5.3.4. Экономическая интеграция как торговая политика «второго лучшего»

Итак, мы знаем, что свободная торговля ведет к наиболее эффективному использованию мировых ресурсов и максимизирует мировое производство и благосостояние. Поэтому вплоть до 1950-х гг., когда вышла

книга Вайнера, считалось, что любое движение в сторону свободной торговли будет увеличивать благосостояние. Не подвергался сомнению и тот факт, что в случае, если таможенный союз не ужесточает торговые барьеры в отношении третьих стран, то отмена торговых барьеров между странами — членами союза, безусловно, ведет к более свободной торговле и росту благосостояния как стран-членов, так и третьих стран.

Однако, как показал Вайнер, в результате создания таможенного союза, помимо положительного эффекта интеграции, возникает и отрицательный эффект отклонения торговли, который может его перевесить. Такая возможность свидетельствует о том, что таможенный союз как модель торговой политики не может рассматриваться как однозначно позитивное явление в международной экономике.

Это пример использования теории «второго лучшего» (second-best theory) в анализе эффектов экономической интеграции. Основа этой теории была заложена в работе Вайнера, а ее детальную разработку осуществили Мид (Meade, 1955), а также Р.Дж. Липси и К. Ланкастер (1956). Теорема «о втором лучшем» утверждает, что если одно из условий оптимальности по Парето не может быть удовлетворено, то наилучшая из достижимых ситуаций, второй оптимум, может быть получена только при отходе от всех других условий Парето. Таким образом, формирование таможенного союза и отмена торговых барьеров только между членами интеграционной группировки не обязательно приведет к второй наилучшей ситуации с точки зрения благосостояния. Этот удивительный вывод имеет большое значение не только в области международной экономики (откуда он и происходит), но и для изучения экономики в целом. Теория таможенных союзов — только один из примеров действия принципа или идеи второго лучшего.

Итак, мы рассмотрели основные теоретические подходы к анализу экономической интеграции. На практике в настоящее время насчитывается несколько десятков региональных интеграционных группировок, которые расположены в Европе, Азии, Африке и Америке. Наиболее крупными и значимыми из них являются Европейский союз (ЕС), Северо-Американская зона свободной торговли (НАФТА), Общий рынок южного конуса (МЕРКОСУР), Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) и некоторые другие.

5.4. ВЫВОДЫ

1. С экономической точки зрения региональная интеграция означает процесс взаимного приспособления и объединения националь-

ных экономик различных стран в единую хозяйственную систему. В основе процессов интеграции лежит комплекс самых разных причин и оснований, причем далеко не всегда именно экономические факторы играют базовую роль. Интеграция представляет собой процесс, который проходит в своем развитии несколько последовательных стадий или этапов. Основным критерием при делении экономической интеграции на стадии является наличие ограничений в торговле между странами: чем меньше ограничений в торговле товарами, услугами и факторами производства, тем выше уровень интеграции. На последних стадиях добавляется общность экономической политики, приводящая в конечном итоге к использованию общей валюты. Принято выделять пять уровней (этапов) экономической интеграции: преференциальное торговое соглашение, зону свободной торговли, таможенный союз, общий рынок, экономический союз.

2. Преференциальное торговое соглашение — это первоначальный этап экономической интеграции. В рамках такого соглашения страны договариваются установить более низкие тарифы в торговле внутри группировки по сравнению с торговлей с третьими странами, не входящими в группировку, при этом каждая из стран продолжает проводить свою собственную торговую политику. Следующая ступень интеграции — зона свободной торговли, что означает устранение всех барьеров в торговле внутри группировки при сохранении различных барьеров в торговле с третьими странами, однако при этом не разрабатывается никакой единой торговой политики по отношению к третьим странам. Третья ступень интеграции — таможенный союз. В соответствии с таким соглашением страны, входящие в группировку, вводят единый таможенный тариф в торговле с третьими странами, при полном отсутствии тарифов в торговле внутри группировки (как это было уже в зоне свободной торговли). Четвертая ступень экономической интеграции — это общий рынок, при котором свободная торговля распространяется с рынка товаров на рынки факторов производства (миграция трудовых ресурсов и движение капиталов). Кроме того, страны — участницы общего рынка, как правило, поддерживают фиксированные валютные курсы на национальные валюты друг друга. На этапе общего рынка проводится также разработка общей политики развития отдельных отраслей и секторов экономики. Наиболее развитая ступень интеграции — экономический союз, означающий проведение общей экономической политики и введение единой валюты (денежной единицы). Иногда такое объединение называют экономическим и валютным союзом.

3. С первого взгляда может показаться, что создание региональных интеграционных группировок — это шаг в сторону свободной торговли и повышения благосостояния всех стран-участниц. Однако в целом общие эффекты для благосостояния, вытекающие из процесса экономической интеграции, весьма неопределенны и требуют более тщательного анализа. Причина такой неопределенности состоит в том, что интеграция — это одновременно и политика протекционизма (в отношении третьих стран), и шаг в сторону свободной торговли (внутри группировки). Канадский экономист Я. Вайнер (1950) впервые показал, что любой вид регионального торгового соглашения будет нести в себе два типа противоположных эффектов: эффекты создания торговли (элемент либерализации) и эффекты отклонения торговли (элемент протекционизма). Результат будет зависеть от того, какой эффект окажется сильнее. Отмена тарифов в торговле между странами — членами региональной группировки приводит к эффекту создания торговли, поскольку более дешевый (с более низкими издержками) импорт заменит более дорогое местное производство определенного товара. Это действительно шаг в сторону более свободной торговли и лучшему размещению ресурсов. Эффект отклонения торговли вызывает дискриминация торговых партнеров, не входящих в группировку. Дешевый импорт из третьих стран заменяется более дорогим импортом из стран — членов группировки. Эффекты создания и отклонения торговли принято считать статическими эффектами интеграции, т.е. такими, которые проявляются непосредственно после создания таможенного союза.

4. У интеграции могут быть и динамические эффекты, которые проявляются в долгосрочном периоде. Одним из важнейших положительных динамических эффектов экономической интеграции следует считать расширение внутреннего рынка. В отраслях, где возможен эффект масштаба, растущий объем рынка позволяет фирмам использовать экономию от масштаба и сокращать средние издержки, повышая тем самым свою конкурентоспособность на внешних рынках. Дополнительный источник динамических выгод от экономической интеграции принимает форму возросшего конкурентного давления на отрасли внутри интеграционной группировки. Поскольку торговые барьеры внутри группировки устраняются, отрасли сталкиваются с конкуренцией со стороны аналогичных отраслей других стран-членов, поэтому внутрирегиональная специализация будет развиваться по линии сравнительных преимуществ. Монополизация и сопутствующая ей неэффективность менее вероятны на региональном рынке. Это также может способствовать более быстрому экономическому росту в стра-

нах группировки и распространению передовой технологии. К отрицательным динамическим эффектам интеграции можно отнести возможный отток ресурсов из менее развитых стран группировки в более развитые. На практике такая ситуация особенно характерна для региональных группировок развивающихся стран, когда неравномерное распределение выгод от интеграции приводит не только к трудностям развития, но зачастую и к распаду интеграционных союзов. Для предотвращения таких последствий интеграционные группировки проводят региональную политику с целью стимулирования экономического развития наиболее отсталых регионов.

5. Противоречивые эффекты интеграции свидетельствуют о том, что таможенный союз как модель торговой политики не может рассматриваться как однозначно позитивное явление в международной экономике, как в случае свободной торговли. Это политика «второго лучшего» или пример использования теории «второго лучшего» в анализе эффектов экономической интеграции. Теорема «о втором лучшем» утверждает, что если одно из условий оптимальности по Парето не может быть удовлетворено, то наилучшая из достижимых ситуаций, второй оптимум, может быть получена только при отходе от всех других условий Парето. Таким образом, формирование таможенного союза и отмена торговых барьеров только между членами интеграционной группировки не обязательно приведет к второй наилучшей ситуации с точки зрения благосостояния. Этот удивительный вывод имеет большое значение не только в области международной экономики (откуда он и происходит), но и для изучения экономики в целом.

Ключевые термины к главе 5

Интеграция	Эффект отклонения торговли
Экономическая интеграция	Эффект условий торговли
Преференциальные торговые соглашения	Теория «второго лучшего»
Зона свободной торговли	Европейское экономическое сообщество
Таможенный союз	Европейский союз
Общий рынок	Европейская ассоциация свободной торговли
Экономический союз	НАФТА
Статические эффекты интеграции	МЕРКОСУР
Динамические эффекты интеграции	СНГ
Эффект создания торговли	АСЕАН

Вопросы для повторения и обсуждения к главе 5

- 1.** Что означает процесс экономической интеграции? Какие формы экономической интеграции вы знаете? Приведите примеры из реальной жизни.
- 2.** Что такое эффект создания торговли? Как он возникает и как его можно измерить? Почему эффект создания торговли считается статическим эффектом?
- 3.** Что такое эффект отклонения торговли? Как он возникает и как его можно измерить? Почему эффект отклонения торговли считается статическим эффектом?
- 4.** Что такое теория «второго лучшего»? Каким образом она используется в теории таможенного союза?
- 5.** При каких условиях создание таможенного союза скорее всего приведет к эффектам создания торговли, а не отклонения торговли?
- 6.** В чем заключаются динамические эффекты экономической интеграции?

ГЛАВА 6

МЕЖДУНАРОДНОЕ ДВИЖЕНИЕ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА И ТНК

6.1. ВВЕДЕНИЕ

В предыдущих главах мы рассматривали теории международной торговли товарами, и при этом предполагалось, что факторы производства немобильны в международном масштабе. Однако, за исключением земли, факторы производства в реальности более или менее мобильны. Именно на таком допущении и будет построено изложение данной главы, которая в основном посвящена международной мобильности капитала и связанной с ней деятельностью ТНК. В большинстве учебников по международной экономике анализ международного перемещения капитала ограничивается неоклассическим подходом, а значимость трансграничной активности ТНК вообще ставится под сомнение. На наш взгляд, мощные многонациональные предприятия уже давно стали ведущими субъектами мировой экономики, во многом определяя не только основные тенденции ее развития, но и оказывая существенное влияние на макроэкономическую политику большинства стран. Исходя из этого, данная глава построена следующим образом. Ее первая (и большая) часть посвящена анализу различных теорий международного движения капитала — от неоклассических до современных. Затем будет рассмотрена деятельность многонациональных компаний как важнейших субъектов современной мировой экономики.

6.2. СТРУКТУРА И МАСШТАБЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ДВИЖЕНИЯ КАПИТАЛА

Прежде чем приступить к анализу различных аспектов международного движения капитала, остановимся на формах международного движения капитала.

6.2.1. Формы международного движения капитала

При классификации форм международного движения капитала мы опираемся на терминологию Международного валютного фонда (МВФ), данную в «Руководстве МВФ по составлению платежного ба-

ланса» (1993). Это руководство является базовым документом по понятийно-терминологическому аппарату для составления платежного баланса, его использует в той или иной мере большинство стран мира, включая Россию. Ежегодная статистика МВФ (Balance of Payments Statistics Yearbook) представляет собой основной источник совокупных данных о движении капитала между странами, группами стран и регионами. Международный валютный фонд выделяет три основные формы международного движения капитала:

1) прямые инвестиции (долгосрочные вложения капитала, обеспечивающие контроль инвестора над объектом размещения капитала);

2) портфельные инвестиции (долгосрочные и краткосрочные вложения капитала в ценные бумаги, не дающие инвестору права контроля над объектом инвестирования);

3) прочие международные инвестиции (прочие инвестиции, не попавшие ни в прямые, ни в портфельные, в частности, торговые кредиты, займы и банковские депозиты).

Критерием такой классификации служат цели вложения капитала: обеспечение долгосрочных стратегических интересов инвестора (в случае прямых инвестиций) или обеспечение доходов на вложенный капитал (в случае портфельных и прочих международных инвестиций). Кроме того, международные потоки капитала можно классифицировать в зависимости от сроков вложения на долгосрочный (вложения свыше одного года) и краткосрочный (вложения до одного года) капитал. Иногда выделяют также среднесрочный капитал, к которому относят вложения на срок три — пять лет. Если анализировать международное движение капитала с точки зрения источников его происхождения, то можно выделить частный капитал (зарубежные инвестиции, осуществляемые частными фирмами, межбанковское кредитование и пр.) и государственный капитал (межгосударственные кредиты, официальная помощь, предоставляемая на основе двусторонних и многосторонних межправительственных соглашений, а также кредиты международных финансовых организаций и др.).

Особенности статистики международного движения капитала. Международный валютный фонд публикует статистику международного движения капитала с некоторым временным отставанием (около трех лет), связанным с необходимостью сбора данных, которые различные страны предоставляют в разные сроки и за разные периоды. Кроме того, этой статистике присущи значительные расхождения в данных по вывозу и ввозу капитала, что происходит в силу статистических погрешностей, несовпадения ввоза и вывоза по времени, а также отсутствия учета большого объема вывоза капитала в нелегальной фор-

ме. При этом следует иметь в виду, что многие виды движения краткосрочного капитала отражаются в статистике лишь в виде сальдо, что занижает показатели движения краткосрочного капитала в общем объеме движения международного капитала (это в первую очередь относится к потокам портфельных инвестиций).

Рассмотрим более подробно международное движение капитала в каждой из указанных форм: международных заимствований и кредитования, портфельных и прямых инвестиций.

6.2.2. Инструменты международного заимствования и кредитования

К прочим инвестициям (в советской экономической литературе было более употребительным понятие ссудного капитала) относятся различные инструменты международного заимствования и кредитования. Это остаточная категория инвестиций, включающая все остальные межгосударственные передвижения капитала, не отнесенные к прямым, портфельным инвестициям или резервным активам. Формами международного заимствования и кредитования принято считать (в соответствии со статьями платежного баланса) следующие инструменты: займы (loans), торговые кредиты (trade credits), валюту (currency), депозиты (deposits), прочие активы и пассивы (other assets and liabilities).

Займы. В настоящее время около 50% прочих инвестиций осуществляется в форме займов, которые представляют собой заимствование средств у кредитора под определенный процент на строго оговоренный срок. В качестве кредитора и заемщика могут выступать правительства различных стран, банки, международные финансовые и экономические организации, частные фирмы и пр.

Торговые кредиты. В практике международного кредитования достаточно широко используются и торговые кредиты, которые предоставляются, как правило, на срок до одного года в целях стимулирования национального экспорта. Страны (а иногда и частные фирмы), выступающие в качестве импортеров, как правило, по очень крупным стратегическим контрактам, получают торговый кредит у зарубежного поставщика для того, чтобы расплатиться за поставку. В подавляющем большинстве такие кредиты предоставляют крупные банки страны-экспортера (например, «Эксимбанк» в США), специально созданные для продвижения экспорта местных производителей на зарубежные рынки. Торговые кредиты получили распространение потому, что в настоящее время международная торговля в преобладающем большинстве случаев (около 75—80%) осуществляется на условиях

предоставления отсрочки платежа для импортера. Торговый кредит, который получает импортер, в конечном итоге служит средством финансирования экспортера.

Банковские депозиты и наличная валюта. Международное движение капитала происходит также в форме депозитов и наличной валюты. В первом случае речь идет о депозитах в той или иной валюте, которые беспрепятственно превращаются в наличные деньги и используются для осуществления платежей. Во втором случае имеется в виду валюта, находящаяся в распоряжении банков и министерства финансов, которая предназначена для проведения расчетов.

6.2.3. Портфельные инвестиции: определение и сложности учета

Иностранные портфельные инвестиции — это покупка резидентами одной страны (или их агентами) неконтрольных пакетов иностранной собственности, долговых обязательств и ценных бумаг, выпущенных корпорациями, банками и правительствами других стран. В принципе это определение должно быть однозначным, однако на практике вопросы о том, что такое контроль над интересами, контрольный пакет и т.д., вызывают трудности классификации статистических данных (см. объяснения по этому поводу в следующем подпараграфе о прямых инвестициях). Кроме того, официальная национальная статистика часто не включает соответствующие потоки: так, ни одна из статей платежного баланса Японии не отражает, например, сделки по ценным бумагам нью-йоркских филиалов с головными компаниями. Следует еще раз отметить, что потоки портфельных инвестиций регистрируются в счете капиталов как чистое сальдо движения за год, что означает учет только чистых, а не реальных потоков.

Данные относительно объемов портфельных иностранных инвестиций трудно систематизировать отчасти из-за большого количества инвесторов и стран, а отчасти вследствие того, что не существует централизованного агентства, которое отвечало бы за сбор такой информации. По всему миру, однако, пенсионные фонды обязаны публиковать детальную информацию о своих активах и операциях. С точки зрения статистического анализа зарубежные портфельные инвестиции являются своего рода ребусом или загадкой, поскольку исключительно сложно оценить их объемы.

Роль и значение портфельных инвестиций в общих потоках международного движения капитала менялись с течением времени. Подавляющая часть зарубежных инвестиций до Первой мировой войны осуществлялась именно в портфельной форме, причем между Ве-

ликобританией и ее завоеванными территориями. Международные портфельные инвестиции резко упали после Первой мировой войны и возродились только с начала 1950-х гг. В настоящее время, как мы уже говорили, именно портфельные инвестиции являются основным каналом международного перемещения капиталов.

6.2.4. Прямые инвестиции

Различные подходы к определению прямых инвестиций. Несмотря на то что термин «прямые иностранные инвестиции» (ПИИ) широко используется в экономической литературе, в литературе по международному бизнесу, а также в периодических изданиях, рассчитанных как на широкую аудиторию, так и на специалистов, пока еще нет единого взгляда на то, что же все-таки означают ПИИ. Более того, само определение ПИИ постоянно меняется с течением времени. Если систематизировать различные подходы к определению ПИИ, то можно выделить основные точки разногласий, которые связаны в первую очередь со сложностью и многогранностью процесса прямого инвестирования. Эти разногласия касаются следующих вопросов:

- как соотносятся между собой прямые и портфельные иностранные инвестиции;
- до какой степени вложения в форме ПИИ позволяют контролировать деятельность предприятия, в которое они направляются;
- каким образом ПИИ позволяют обеспечивать контроль и долгосрочный интерес инвестора в деятельности фирмы, принимающей ПИИ;
- кто является субъектом ПИИ — крупные транснациональные предприятия (МНК или ТНК) или любые компании, осуществляющие зарубежные инвестиции;
- можно ли ограничивать деятельность МНК (ТНК) только прямым инвестированием.

Итак, рассмотрим затронутые здесь вопросы.

Прямые и портфельные иностранные инвестиции. В течение долгого времени и вплоть до настоящего момента можно встретить определения (особенно в учебниках по международной экономике) ПИИ как противопоставление портфельным инвестициям. Так, Сальваторе пишет: «Существуют два основных типа иностранных инвестиций: портфельные и прямые. Портфельные инвестиции — это чисто финансовые активы, такие как облигации и акции, деноминированные в национальной валюте. Через облигации инвестор просто ссужает капитал, чтобы иметь фиксированный доход в течение определенного периода

времени, получая в конечном итоге назад первоначальную стоимость облигации. Вместе с акциями инвестор покупает часть собственности компании или требование на часть активов фирмы. Портфельные или финансовые инвестиции осуществляются в основном через финансовые институты, такие как банки и инвестиционные фонды.

Прямые инвестиции, с другой стороны, это реальные инвестиции в заводы, фабрики, капитальные товары, землю и материальные запасы, где вовлекаются и капитал, и управление, и инвестор сохраняет контроль над использованием инвестируемого капитала. Прямые инвестиции обычно принимают форму фирмы, образующей филиалы или приобретающей контроль над другой фирмой (например, посредством покупки мажоритарного пакета акций). В международном контексте ПИИ обычно осуществляются многонациональными предприятиями, занятыми в промышленности, добыче ресурсов или сфере услуг.

В этих определениях очень четко подчеркнуты особенности прямых и портфельных инвестиций: портфельные инвестиции — это вложения в финансовые активы, а прямые инвестиции — это вложения в реальный капитал; портфельные инвестиции осуществляются в основном через финансовые институты, а прямые — непосредственно фирмами (здесь — МНК); и, наконец, выделяется особенность прямых инвестиций — они позволяют инвестору сохранять контроль и участвовать в управлении предприятием, куда были вложены инвестиции.

Итак, базовое различие между прямыми и портфельными инвестициями состоит в том, что портфельные инвестиции — это покупка неконтрольного пакета акций иностранной собственности, а прямые инвестиции позволяют осуществлять контроль над деятельностью зарубежного предприятия (отметим, что в этом случае мы не говорим исключительно о покупке контрольного пакета акций, так как могут быть и другие формы контроля). Отсюда возникает вопрос: что такое контроль над предприятием?

Прямые инвестиции и контроль над предприятием. Существуют различные аспекты контроля, и все они являются значимыми и важными.

«Легальный» подход контрольного пакета акций. Первоначально наиболее распространенной была точка зрения, трактовавшая контроль над предприятием как обладание контрольным пакетом акций. В рамках такого подхода собственность родительской компании на активы филиала является основной или единственной предпосылкой для осуществления контроля над деятельностью филиала. Разногласия существуют по поводу доли владения, необходимой для контроля: какой процент владения будет гарантировать контроль для родительской

компании? Все просто в случае мажоритарного участия инвестора: 50% + 1 акция, или часто говорят об участии в 51%; здесь возможность осуществления контроля даже не ставится под сомнение. Но если прямой инвестор имеет менее 50% акций, то какая доля собственности будет давать ему возможность контроля? То есть основная проблема здесь состоит в том, как определить долю контрольного пакета акций в том случае, если акционерная собственность в достаточной степени распылена. Разные страны имеют различные критерии. В США, например, контроль ассоциируется с 10% и более акционерного капитала в случае иностранных инвестиций и 25% в случае внутренних инвестиций; у Канады это 10%, а у Великобритании — 20%. Международный валютный фонд рекомендует относить к прямым инвестициям вложения, которые гарантируют владение 10% собственности компании, в которую направляются инвестиции.

Подход с точки зрения принятия стратегических решений. Проблема контроля над предприятием не ограничивается лишь обладанием контрольным пакетом акций. В последнее время все больше авторов считают, что важна не столько количественная оценка доли владения в филиале (на чем настаивает легальный подход к контролю), сколько способность головной компании определять общие корпоративные цели, контролировать принятие и исполнение стратегических и тактических решений в таких областях, как отношения фирмы с национальными государствами и рабочими, степень и направления накопления капитала, источники снабжения сырьем, географические направления деятельности, контроль качества и пр.

Подход с точки зрения контроля без участия в собственности. Фирма-инвестор может проводить в жизнь свои стратегические решения и цели не только через ПИИ и контроль, но и посредством других видов трансграничной активности, например, субконтрактных отношений, которые дают возможность крупной фирме контролировать производственную деятельность другой фирмы без участия в ее акционерном капитале. Это пример осуществления контроля без участия в собственности.

Однако такой подход очень сложен не только с теоретической, но и с практической точки зрения. Проблема состоит в том, как получить достоверные данные о фирмах, которые находятся «под контролем» без участия в собственности, и как определить, кто на самом деле принимает стратегические решения. Тем не менее такой подход становится все более распространенным, поскольку он более реалистичен. И он очень широко используется для определения международного производства, когда в последнее включают не только производство,

осуществляемое при посредстве ПИИ, но и опосредованные формы контроля, в частности, субконтрактные отношения, лицензирование и пр. По мере того как расширяется сеть (network) совместных предприятий, альянсов, лицензионных и субконтрактных взаимосвязей, возрастает необходимость рассматривать корпорацию с точки зрения контроля над активами и производством, а не с точки зрения контроля над собственностью.

Современное определение ПИИ: идея длительного (постоянного) интереса прямого инвестора. Теперь мы можем подвести некоторые итоги. Современное определение ПИИ, рекомендованное ОЭСР (OECD, 1996) и МВФ (IMF, 1993), избегает идеи контроля, предпочитая ему менее четкое понятие длительного интереса прямого инвестора: «ПИИ отражают цель получения длительного интереса резидентом одной страны («прямой инвестор») в предприятии резидента другой страны («предприятие с прямыми инвестициями»). Длительный интерес предполагает существование долгосрочных отношений между прямым инвестором и предприятием (с прямыми инвестициями), а также значительную степень влияния на управление этим предприятием».

Это определение достаточно расплывчато, и рекомендации по его использованию также очень специфичны. Так, ОЭСР рекомендует такое определение предприятия с прямыми инвестициями: «Инкорпорированное или неинкорпорированное (т.е. в акционерной или неакционерной форме) предприятие, в котором иностранный инвестор владеет 10 или более процентами обыкновенных акций или других голосующих инструментов в инкорпорированном или неинкорпорированном предприятии соответственно. Эффективный голос в управлении, достаточный, как следует из практики, при владении как минимум 10% акций, предполагает, что прямой инвестор в состоянии влиять или участвовать в управлении предприятием; абсолютного контроля иностранного инвестора не требуется». От идеи контроля, которая проходит красной нитью в большей части литературы по МНК в 1970—1980-е гг., таким образом, отказались.

Очень часто полагают, что ПИИ — это инвестиции, осуществляемые только крупными международными корпорациями. Такая концепция очень удобна для теоретических моделей анализа ПИИ, но эмпирические факты не подтверждают этого. Активность крупных корпораций весьма разнообразна и не ограничивается ПИИ; с другой стороны, ПИИ могут быть результатом деятельности не только крупных, но и более мелких компаний. Определение ПИИ должно учитывать эти обстоятельства.

6.3. МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОРПОРАЦИИ: ПОНЯТИЕ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В учебниках, научной литературе, периодической печати, документах международных организаций можно встретить различные термины для определения крупной фирмы, которая действует не только на территории страны своего базирования, но и на территории других стран. Наиболее часто употребляются понятия «транснациональная корпорация» (ТНК), «многонациональная корпорация» (МНК), «глобальная корпорация» (ГК), «многонациональная фирма» (МНФ), «многонациональное предприятие» (МНП). Кроме того, различные авторы, использующие одно и то же понятие, зачастую вкладывают в него разный смысл. Попробуем разобраться в этих определениях, обращая внимание как на их первый элемент (транснациональный, многонациональный, глобальный), так и на второй (фирма, компания, корпорация, предприятие).

6.3.1. Особенности различной терминологии

Разница в названии в большинстве случаев зависит от того, какие критерии кладутся в основу определения или, говоря иначе, какие аспекты действующей в международном масштабе фирмы признаются приоритетными. Следует сразу отметить, что важность этих критериев менялась с течением времени, по мере того как менялась сама природа международной фирмы, характер и объем ее операций. То есть это понятие носит исторический характер, а не является раз и навсегда данным. Выделим основные критерии:

- 1) критерий организационной структуры фирмы (где принимаются решения о тактике и стратегии зарубежной деятельности);
- 2) географический критерий (число стран, в которых ведутся зарубежные операции);
- 3) критерий собственности (страновая принадлежность акций);
- 4) критерий правовой формы (правовая форма фирмы, которая ведет зарубежные операции).

Транснациональная или многонациональная фирма: исторический подход.

Критерий организационной структуры. В 1960-е годы наиболее употребительными были термины «международная корпорация» и «многонациональная корпорация», использовавшиеся как взаимозаменяемые, хотя первый все-таки употреблялся более широко. Большинство определений международной корпорации в те годы подчеркивали ту

черту, которая сегодня рассматривается лишь как одна из стадий ее эволюционного развития. Речь идет о национальном характере фирмы, которая, действуя в международном масштабе, тем не менее использует прежде всего те средства и методы, которыми она пользуется дома (в стране своего базирования), включая даже законы своей страны. Такие международные фирмы имели специальные международные отделы, которые занимались исключительно заграничными операциями. Эти отделы заимствовали опыт ведения деловых операций у отделов фирмы, нацеленных на внутренний бизнес. Все стратегические и тактические решения были строго централизованы, принимались в головном офисе и имели ярко выраженный национальный колорит. Представители страны базирования корпорации занимали все ключевые управленческие посты в местных фирмах за рубежом, которые в большинстве своем полностью принадлежали родительской компании. Характер международной корпорации в тот период соответствовал тому, что Х. Перлмуттер (Howard Perlmutter, 1969) назвал «этноцентрической» фазой (ethnocentric phase) эволюции МНП.

С начала 1970-х гг. становится более популярным использование термина «многонациональная корпорация» (МНК) в отличие от международной корпорации. К тому времени типичной корпоративной деятельности МНК стала соответствовать более сложная, дифференцированная и децентрализованная организационная структура: теперь это стала компания, производящая целый ряд продуктов (multiproduct company) с организацией отделов по товарному признаку для проведения операций одновременно и на внутреннем, и на внешнем рынке. Эта всемирная организационная структура (multiproduct and multidivisional) распределила полномочия по принятию решений: они стали в меньшей степени зависеть от головной компании и в большей — от местных зарубежных филиалов, причем местные менеджеры также стали принимать участие в управлении. На смену полностью принадлежащим родительской компании филиалам пришли миноритарные формы участия, совместные предприятия, стали развиваться субконтрактные и лицензионные отношения, а также другие формы зарубежного сотрудничества.

Географический критерий. К началу 1970-х гг. многонациональный характер фирмы (или фирменной группы) стал настолько важен, что некоторые авторы начали рассматривать степень географического распространения деятельности этой группы как существенный и необходимый элемент определения международной компании. Размер также стал важным критерием для включения компании в разряд меж-

дународной: в 1971 г. Р. Вернон писал, что «кластер с объемами продаж менее 100 млн дол. редко привлекает внимание».

Другие ученые воспринимали МНП более «буквально»: МНП — это предприятие с производственными мощностями, по крайней мере, в двух странах. Эту точку зрения разделяла и ООН в своем докладе «Влияние МНК на развитие и международные отношения» (*The Impact of Multinational Corporations on Development and on International Relations*): МНК — это предприятия, которые владеют или контролируют мощности по производству товаров или услуг за пределами страны, в которой они базируются. Такие предприятия не всегда являются инкорпорированными или частными, они могут быть кооперативными или государственными» (*UNECOSOS. Transnational Corporations in World Development: A Re-examination. New York, 1978. P. 158*). Аналогичным образом в 1973 г. руководство, изданное Европейским сообществом (*Guidelines of the European Community*), устанавливает, что МНК — это предприятие с производственными мощностями, по крайней мере, в двух странах. Общая характеристика, которая появляется во всех определениях: МНП — предприятие, которое владеет или контролирует производственные мощности (по производству товаров и услуг) в более чем одной стране. Таким образом, из определения исключаются чистые (простые) экспортеры, даже экспортеры со сбытовыми филиалами за рубежом, а также лицензиары технологии.

Это сочетание возрастающего многонационального характера распространенных по всему миру предприятий и всепроникающей единой стратегии их операций натолкнуло многих авторов на мысль предложить новую концепцию или понятие, которое одновременно включало бы в себя все эти характеристики и подчеркивало степень, в которой МНК «переросли» национальные государства, в том числе страну базирования, из которой они выросли. Были предложены такие термины, как «супра-национальные фирмы», «глобальные корпорации», «космокорпорации» и «транснациональные корпорации» для описания централизованной структуры многонациональной экономической активности, которая нацелена на максимизацию прибыли в глобальном масштабе и которая находится за пределами досягаемости экономической политики отдельно взятой страны.

С конца 1970-х гг. все большее распространение получает термин «транснациональная корпорация» (ТНК); часто его предпочитают термину «многонациональная корпорация». Это произошло вследствие того, что ООН стала официально использовать термин ТНК в своих документах и научных публикациях. Объяснялось это таким образом: термин ТНК лучше отражает специфику процесса трансгра-

ничной (т.е. осуществляемой через национальные границы) деятельности фирм: из страны базирования в принимающую страну. Факт совместного владения собственностью компаниями различных стран, безусловно, важный, отошел на второй план. В 1974 году ООН создала Комиссию по транснациональным (а не многонациональным) корпорациям, еще раз подтвердив свой выбор в пользу термина ТНК.

В настоящее время термины «многонациональный», «интернациональный» и «транснациональный» употребляются как взаимозаменяемые. Вместе с тем последний термин становится преобладающим отчасти вследствие того, что именно он продолжает использоваться в документах ООН, прежде всего ЮНКТАД — ежегодном Докладе по мировым инвестициям (World Investment Report) — важнейшем источнике информации о деятельности ТНК во всем мире, а отчасти потому, что он кажется более всеобъемлющим, чем «многонациональный», поскольку в нем не делается упор на то, сколько наций (стран) вовлечено в деятельность корпорации.

Фирма, корпорация, предприятие или компания? Наконец, несколько слов относительно второй части или «хвостика» обсуждаемого термина. В литературе такие понятия, как «корпорация», «предприятие», «компания» и «фирма», часто употребляются как синонимы, хотя предпринимались попытки и здесь навести некоторый «порядок». Так, безусловно, термины «корпорация» и «компания» являются эффективными субститутами. Исторически первый является американским, а второй — английским, что связано со спецификой юридических форм организации бизнеса в этих странах. Термин «предприятие» предпочтительнее использовать тогда, когда нужно обратить внимание на то, что юридическая форма организации не имеет значения: она может быть частной и публичной компанией, обществом с ограниченной ответственностью или акционерным обществом и т.п. В научной литературе наиболее употребительным является именно термин «многонациональное предприятие», подчеркивающий, что фирма, осуществляющая международную активность, может выступать в любой юридической форме.

Таким образом, в литературе по международному производству термины «фирмы», «компании», «предприятия» и «корпорации» употребляется как более или менее идентичные, хотя термин «корпорации» используется чаще вследствие его широкого употребления в документах ООН.

Транснациональная корпорация — наиболее употребительный термин: современный подход. Подведем итоги. Как мы уже говорили, термин ТНК был введен в обращение ООН. Его точная формулировка стала результатом многолетних международных переговоров, дискус-

сий и обсуждений в ООН в процессе разработки проекта Кодекса поведения ТНК. Этот термин, как он используется в проекте Кодекса, означает «предприятие, объединяющее организации (entities) в двух и более странах, независимо от их юридической формы и сферы деятельности, которые действуют в рамках системы принятия решений, что дает возможность проводить согласованную и логически последовательную политику через один или несколько центров принятия решений, в которых эти организации настолько связаны путем совместной собственности или каким-либо другим способом, что одна или несколько таких организаций могут оказывать влияние на деятельность других, в особенности в области распространения технологии, ресурсов и ответственности». Термин «ТНК» является общеупотребительным в документах ООН, а также в профсоюзных кругах и в среде активистов, выступающих против деятельности ТНК (антиглобалистов). В нашем учебнике мы будем употреблять термин ТНК, принимая во внимание все указанные выше замечания.

6.3.2. Международное производство и особенности его измерения

На практике организационная структура ТНК достаточно сложна и зависит от различных факторов: отраслевой специализации, географии сферы деятельности, исторических традиций и пр. В теории принято выделять следующие структурные подразделения ТНК: филиалы, дочерние и ассоциированные компании. **Дочерняя компания** (subsidiary) — это компания, в которой более половины акционерного капитала принадлежит другой компании, называемой холдинговой (holding company) или родительской компанией (parent company). Дочерние компании одной и той же родительской или холдинговой компании принято называть *филиалами* (affiliated companies). В России принято несколько иное толкование термина «филиал»: им считается предприятие, полностью принадлежащее иностранному инвестору. Однако английский эквивалент этого термина — branch, что все-таки уместнее переводить как отделение, а не филиал. **Ассоциированная компания** (associated company) — это предприятие, в котором родительская компания владеет менее 50% капитала; иногда считается (особенно в Англии и США), что компания является ассоциированной, если от 20 до 50% ее капитала находится во владении другой компании.

Термин «международное производство» используется для определения и описания производства, организованного и контролируемого ТНК, хотя, как мы уже знаем, ТНК могут осуществлять трансграничную активность и другого рода (экспорт, лицензирование, субподряд-

ная деятельность и пр.). Подавляющая часть международного производства осуществляется посредством ПИИ, хотя существуют и другие способы, при помощи которых крупные компании могут организовывать, управлять и контролировать производство в различных странах. Именно по этой причине термины «международное производство» и «интернационализация» понимаются здесь как включающие в себя другие формы международного экономического взаимодействия, а не только производство, организованное исключительно посредством ПИИ. Этот подход ведет к более широкому определению международного производства, чем определение, базирующееся исключительно на ПИИ; он позволяет проводить более глубокий анализ этого процесса. Официальное определение международного производства было предложено в 1973 г. Комиссией ООН по многонациональным корпорациям: «Производство, осуществляемое под иностранным контролем или принятием решений и измеряемое через продажи иностранных филиалов многонациональных корпораций».

6.4. НЕОКЛАССИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ДВИЖЕНИЯ КАПИТАЛА

Неоклассические теории международного движения капитала формировались в русле неоклассического подхода к международной торговле, которая исторически и логически была первой формой международных экономических транзакций. Отправной точкой здесь, как мы уже знаем, выступают работы Э. Хекшера и Б. Олина, которые предложили неоклассический вариант модели международной торговли, впоследствии развитый П. Самуэльсоном, В. Столпером, Т. Рыбчинским и другими. Подобно неоклассической теории торговли, неоклассическая теория иностранных инвестиций полагала, что страны в различной степени наделены капиталом и трудом, внутри них существует мобильность товаров и факторов производства при немобильности труда и, как это ни парадоксально на сегодняшний день, немобильности капитала между странами. На этот факт впоследствии мы обратим особое внимание.

6.4.1. Бертил Олин: международные переливы капитала как «исключение из правил»

Основы неоклассической теории иностранных инвестиций были заложены в книге Олина «Межрегиональная и международная тор-

говля» (1933), которая в основном посвящена особенностям межрегиональной и международной торговли. Движение капитала здесь рассматривается лишь в контексте теории международной торговли не как основной, а лишь как сопутствующий момент, своего рода «субпродукт» международной торговли. В главе 19 (второе издание книги) «Механизм международного движения капитала» Олин опирался на те же самые предпосылки и тип анализа, применяемые при разработке неоклассической теории международной торговли. Его анализ относился преимущественно к портфельным инвестициям; соответственно, не делалось различия между прямыми и портфельными инвестициями. Кроме того, движение капитала рассматривалось как «автономное» явление по отношению к другим переменным национальной внутренней экономики. Движение капитала могло иметь место, в соответствии с подходом Олина, по преимуществу через репарации и дары в страну, импортирующую капитал. Переливы капитала могли происходить, по мнению Олина, скорее как исключение, а не правило, и в целом Олин придерживался, как этого требовала неоклассическая традиция, допущения о немобильности капитала между странами.

Олин видел свою задачу в том, чтобы проанализировать ситуацию в новой точке равновесия, ставшей результатом перемещения капитала. Анализ включал в себя также воздействие этого процесса на обменные курсы, условия торговли, объемы экспорта и импорта, а также некоторые другие переменные внутренней экономики. В своей книге Олин также рассматривал вопрос о размещении производства и факторах, влияющих на этот процесс, причем элементы, влияющие на размещение производства на межрегиональном и международном уровнях, рассматривались как идентичные.

6.4.2. Рагнар Нурксе: движение капитала вследствие межстрановых различий в ставках процента

Рагнар Нурксе в работе «Причины и последствия движения капитала» (1933) сделал шаг вперед по сравнению с Олином: он стал рассматривать эндогенное движение капитала вследствие мотива прибыли. Его анализ также проводился в рамках неоклассической парадигмы, и все допущения, отмеченные выше, полностью к нему приложимы. Иностранные инвестиции, рассматриваемые Нурксе — это все еще только портфельные инвестиции; однако движение капитала, по его мнению, вызывается не экзогенными факторами — репарациями или дарами, как это было в анализе Олина, а разницей в ставках процен-

та. Ставки процента определяются, как и любая другая цена, спросом и предложением: разница ставок может, следовательно, быть результатом различных условий спроса или предложения.

Изменения в объеме сбережений в одной или обеих торгующих странах — являются ли они спонтанными или возникающими вследствие кредита — приводят к изменению спроса и влияют, таким образом, при прочих равных условиях на ставки процента в этих странах. Подобным же образом технические изменения в производственных методах (которые оказывают воздействие на издержки и прибыль) или изменения во вкусах и предпочтениях потребителей (которые влияют на количество капитала, привлекаемого в различные отрасли) могут привести к изменению спроса на капитал и разницы ставок процента, что в конечном итоге и приведет к международному перемещению капитала (рис. 6.1).

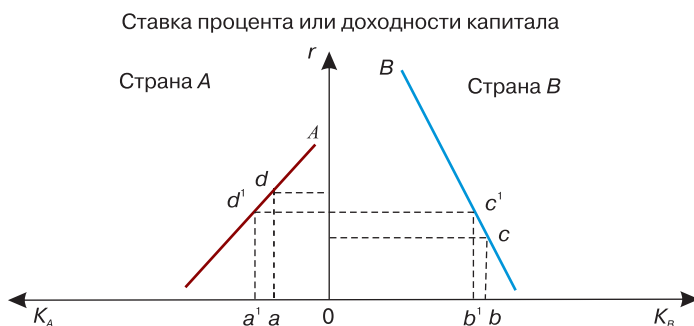


Рис. 6.1. Движение капитала из страны В в страну А, вызываемое разницей ставок процента

На рисунке 6.1 на оси абсцисс показано количество капитала, имеющегося в распоряжении стран А и В (K_A и K_B), а на оси ординат — доходность капитала или ставка процента — r . Кривые А и В представляют собой кривые предельной производительности капитала в странах А и В. В условиях отсутствия международного движения капитала страна А имеет в наличии $0a$ капитала по ставке ad , в то время как страна В располагает $0b$ капитала по ставке bc . Капитал как фактор производства более редок в стране А, поэтому его доходность выше в стране А, чем в стране В, т.е. $ad > bc$. Исходя из этого различия, можно предположить, что в условиях либерализации международного движения капитала будет происходить перемещение капитала из страны В в страну А. Увеличение предложения капитала в стране А и уменьшение предло-

жения капитала в стране В приведет к изменению и выравниванию ставок процента в обеих странах до уровня $a^1d^1 = b^1c^1$. Если в международное движение капитала вовлечены только две страны, то отток капитала из страны В будет равняться притоку капитала в страну А, т.е. $b^1b = a^1a$.

Вклад Нурксе в анализ проблематики иностранных инвестиций, в рамках неоклассического подхода, состоит в том, что он стал рассматривать движение портфельных инвестиций между странами как результат разницы ставок процента в различных странах. Эта разница вызывается, по его мнению, изменениями в условиях спроса и предложения на капитал, что и меняет его цену. Эта весьма плодотворная идея была впоследствии тщательно разработана и до сих пор не потеряла своей актуальности.

6.4.3. Карл Иверсен: риск как фактор вложения капиталов за рубежом

Карл Иверсен в своей работе «Международное движение капитала» (1935) дал детальный анализ международных инвестиций, базирующийся на допущениях неоклассического подхода. Как и предыдущие авторы, Иверсен не проводил четкого разграничения между прямыми и портфельными инвестициями, и движение капитала у него обуславливалось межстрановыми различиями в ставках процента, которые, в свою очередь, непосредственно зависят от уровня странового и отраслевого риска. Именно различием отраслевого риска Иверсен объясняет двусторонние межстрановые потоки капитала в различных отраслях.

В целом иностранные инвестиции более рискованны, нежели внутренние, поэтому инвесторы ожидают более высоких ставок процента за рубежом по сравнению с внутренним рынком. Различие в ставках процента, необходимое для того, чтобы началось международное движение капитала, может быть использовано как показатель издержек и дополнительного риска, присущего перемещению капитала между странами. Иверсен дает детальный анализ причин различия ставок процента между странами и отраслями.

Как и у предыдущих авторов, анализ Иверсена — это анализ равновесия сравнительного статического типа, что означает, что производятся сравнения состояний равновесия до и после начала движения капитала, однако нет анализа того, что происходит между этими двумя точками, т.е. фактически самого процесса инвестирования. Кроме того, в анализе предполагается, что ситуация, безусловно, переходит из одной точки равновесия в другую (финальную), хотя на практике она, конечно, может быть и не достигнута. Вкладом Иверсена в тео-

рию портфельных инвестиций можно считать введение в анализ элемента риска, который определяет параметры зарубежного инвестирования, а также достаточно подробное и системное рассмотрение всех остальных факторов, влияющих на различия в ставках процента между странами. Однако гипотеза Иверсена о том, что такие различия в разных отраслях могут быть объяснены неодинаковой степенью риска, достаточно трудно поддается проверке. Его аргументы как бы движутся по замкнутому кругу: разница ставок процента зависит от различий в рисках вложения капитала (и их оценки), и в то же время движение капитала и разница ставок процента являются индикаторами уровня имеющегося риска.

6.4.4. Роберт Манделл: международная мобильность капитала как субститут мобильности товаров

Неоклассическая литература послевоенного периода по зарубежным инвестициям в основном затрагивала вопросы влияния иностранных инвестиций на распределение благосостояния в инвестирующих и принимающих странах. Однако опять не проводилось различий между портфельными и прямыми инвестициями. Рамки анализа включали обычно полностью совершенные рынки в условиях равновесия, в некоторых случаях — полного равновесия. Одной из наиболее интересных работ в этой области является статья Манделла «Международная торговля и мобильность факторов производства» (1957), где в русле неоклассического подхода исследуются взаимоотношения между международной торговлей и мобильностью факторов в условиях торгового тарифа. В его анализе движение товаров между странами и потоки капитала — это заменители (субституты): «Увеличение торговых ограничений вызывает движение факторов производства, и ... рост ограничений на движение факторов стимулирует торговлю». В результате происходит полное уравнивание цен на товары и факторы производства или, по крайней мере, наблюдается тенденция к такому выравниванию, даже если товары или факторы производства не обладают полной мобильностью. Манделл заключает, что «для достижения эффективности мирового производства не является необходимым, чтобы товары и факторы производства были полностью мобильны. Если удовлетворяются все условия производства, вполне достаточно, чтобы свободно передвигались либо товары, либо факторы производства».

Гипотеза Манделла о том, что мобильность товаров и мобильность факторов замещают друг друга, на первый взгляд, не подтверждается

тенденциями к одновременному увеличению торговых потоков и потоков прямых инвестиций. Вопрос о том, замещает ли международное производство международную торговлю или оно просто дополняет его, пока еще не до конца прояснен.

6.5. ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ПРОИЗВОДСТВА И ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Отправной точкой для развития теорий международного производства послужила неоклассическая модель зарубежных инвестиций, а точнее несогласие большинства экономистов с основными допущениями и выводами этой модели, которые в начале 1960-х гг. стали очевидно противоречить реальности.

6.5.1. Неоклассические модели как отправная точка теорий международного производства

Напомним важнейшие составляющие неоклассического подхода. Во-первых, сразу следует отметить, что четкой, цельной и всеобъемлющей теории зарубежных инвестиций так и не было создано, и в первую очередь это относится к теории прямых иностранных инвестиций и зарубежного производства. Практически все авторы не проводили различия между прямыми и портфельными инвестициями, сосредотачиваясь по умолчанию на анализе портфельных вложений. Вопросы прямого зарубежного инвестирования и зарубежного производства лишь затрагивались, и их анализ осуществлялся с точки зрения пространственного (территориального) размещения факторов производства за рубежом. Это и понятно, поскольку неоклассическое направление полагает, что размещение производства базируется на относительном обладании странами теми или иными факторами производства, что и дает им возможность специализироваться на определенном виде производства.

Во-вторых, в рамках неклассического подхода предполагалось, что рынки (как местные, так и зарубежные) обладают совершенной структурой, все фирмы имеют равный доступ к информации, и провалы рынка являются редким исключением. Рынок рассматривался как совершенный и единственный механизм, способный определять структуру трансграничного перемещения факторов производства, а также относительную стоимость такого перемещения. Однако уже в 1950-х гг. стало вполне очевидно, что многие отраслевые рынки имеют олиго-

полистическую структуру, и крупные фирмы, действующие на таких рынках, безусловно, находятся в привилегированном положении по сравнению с более мелкими конкурентами с точки зрения доступа к ресурсам, информации, технологии, использования ценовых факторов и пр.

В-третьих, в неоклассических теориях международной торговли фирма рассматривалась как своего рода «черный ящик», как нечто данное. Фирма действует в условиях совершенного рынка, а эта «совершенство» означает, что транзакционные издержки использования рынка как обменного и координирующего механизма равны нулю. Каждая фирма производит единственный товар (занята единственным видом деятельности) в единственном «месте» (т.е. у нее только одна производственная единица). Действия фирмы полностью подчиняются обстоятельствам, на которые она не имеет никакого влияния. Тот факт, что фирмы оказываются в состоянии проникать на внешние рынки, объясняется только их способностью обеспечить лучшее использование ресурсов по сравнению с фирмами в тех странах, в которые поступает их экспорт. Никакие другие специфические преимущества, которыми обладают эти фирмы по сравнению с местными фирмами, не принимаются во внимание. С этой точки зрения нет никакой необходимости или выгоды размещать филиалы фирмы за рубежом, поскольку этот зарубежный филиал не будет обладать никакими преимуществами по сравнению с местной фирмой, уже работающей здесь и знающей рынок. Более того, при таких предпосылках основание зарубежного филиала стало бы заведомо невыгодным.

Основная проблема неоклассического подхода, на наш взгляд, связана с его нереалистичным допущением о совершенной конкуренции со всеми вытекающими отсюда последствиями. Совершенное конкурентное окружение, возможно, и не выглядело столь нереалистичным допущением, когда оно использовалось для анализа международной торговли в 1930-е гг. Но оно противоречит действительности, когда мы используем его для анализа современной деятельности ТНК, как применительно к зарубежному инвестированию, так и к торговле, где они контролируют значительные объемы потоков.

Здесь, правда, необходимо сделать определенные оговорки. Влиятельный американский экономист М. Фридмен в своем знаменитом эссе «О методологии позитивной экономической науки» (1953), рассуждая с инструменталистской точки зрения (подчинение теории цели прогнозирования), защищал методологические подходы, базирующиеся на нереалистичных допущениях: «Относящийся к теме вопрос относительно допущений теории состоит не в том, являются ли допу-

щения описательно реалистичными, поскольку они никогда такими не будут, а в том, являются ли они достаточно хорошей аппроксимацией для целей, которые ставит перед собой исследователь». По Фридману, нам следует оценивать теории с точки зрения того, что они могут предсказать, а не того, что они могут объяснить. Однако и с точки зрения предсказательной силы неоклассический подход не выдерживает критики.

6.5.2. Альтернативные подходы к анализу международного производства

Как это всегда бывает в науке, недостаточная или даже неудовлетворительная разработка тех или иных аспектов теории, в рамках какой-либо теоретической парадигмы, стимулирует развитие альтернативных подходов, которые пытаются дать свою трактовку проблемы. Так произошло и на этот раз: феномен международного производства стал активно анализироваться с альтернативных позиций.

Размещение производства за рубежом стало рассматриваться как процесс, зависящий от комплекса таких факторов, как:

особенности рынка (какова структура рынка: совершенная или несовершенная; насколько вероятны провалы рынка; каковы возможности местных и зарубежных рынков в обеспечении сбыта и поставки дешевых ресурсов и др.);

особенности фирмы per se (какова ее организационная структура и размер, имеет ли место многонациональность; наличие специфических активов и др.);

особенности взаимодействия фирмы и рынка (насколько велики транзакционные издержки по осуществлению взаимодействия фирм на рынке: трудно или легко найти партнеров, сложно ли заключить контракт и обеспечить его выполнение, насколько дорога и доступна надежная информация на рынке и др.)

В зависимости от того, какие факторы ставились во главу угла, считались приоритетными, можно выделить следующие основные линии (направления) анализа международного производства.

1. Акцент на фирме как таковой (в первую очередь многонациональном предприятии):

- специфические преимущества фирмы в условиях несовершенных рынков: Хаймер (Hume, 1960) и Киндлбергер (Kindleberger, 1969);
- классификация различных видов специфических преимуществ фирмы: Кейвз (Caves, 1982).

2. Акцент на особенностях внешнего рынка, так называемый локационный подход или подход с позиций территориального размещения производства:

- теория жизненного цикла товара и размещение производства: Вернон (Vernon, 1966);
- развитие неоклассической парадигмы: Кожима (Kojima, 1978) и Озава (Ozawa, 1979).

3. Акцент на взаимодействии фирмы и рынка:

- подход с позиций транзакционных издержек: Коуз (Coase, 1937), Вильямсон (Williamson, 1981), Кейвз (Caves, 1971), Эннар (Hennart, 1982);
- теория интернализации: Бакли и Кассон (Buckley and Casson, 1976), Рагмен (Rugman, 1981).

Прежде чем перейти к характеристике этих направлений, отметим два обстоятельства. Во-первых, как и любая другая, данная классификация носит в значительной степени условный характер. В качестве основания для деления здесь выступают приоритеты, которые отдают авторы теорий различным факторам, определяющим международное производство, причем факторы связаны либо с особенностями рынка, либо с особенностями фирмы, либо с их взаимодействием. И, во-вторых, базисом для разработки альтернативных подходов к анализу международного производства послужили различные ответвления в рамках общей экономической теории: теории международной торговли и международного движения капитала, теории организации отрасли (industrial organization), теории пространственного размещения (location theory), теории фирмы и др. Использование инструментария этих моделей, безусловно, обогатило теории международного производства, наполнило их содержанием, которое во многом адекватно отражало быстро меняющуюся реальность.

6.5.3. Стивен Хаймер: специфические преимущества фирмы в условиях несовершенных рынков

Впервые объяснение международного производства и прямых зарубежных инвестиций, с точки зрения деятельности фирмы как субъекта этих инвестиций (в условиях несовершенных рынков), было дано в работе С. Хаймера. Считается, что вклад Хаймера в теорию ПИИ и МНП носит «пионерский» характер, поскольку его идеи не только отличались новизной, но и во многом определили последующие направления изучения прямых инвестиций.

Стремясь объяснить феномен ПИИ, Хаймер отмечал, что для фирм инвестирование за границей связано с большими издержками и рисками, которые включают в себя:

1) издержки на коммуникацию и получение информации, связанные с культурными, языковыми, правовыми, экономическими и политическими особенностями стран, принимающих инвестиции;

2) издержки, связанные с менее благоприятным обращением правительства принимающей страны с иностранным инвестором, по сравнению с местными инвесторами;

3) издержки, связанные с валютными рисками.

Отсюда Хаймер делал логический вывод о том, что на внешних рынках инвестирующие фирмы не действуют в условиях совершенной конкуренции. Более того, он утверждал, что в условиях совершенного рынка ПИИ вообще не существовали бы. Вместо этого для проникновения на внешние рынки использовались бы такие формы, как экспорт и лицензирование. По Хаймеру, ПИИ — это стратегический ответ фирмы на несовершенство рынка и одновременно инструмент для преодоления этого несовершенства.

Действуя в условиях несовершенных рынков, фирма, таким образом, должна обладать некими специфическими преимуществами (*firm-specific advantages*), которые отсутствуют у местных фирм и дают ей возможность успешно конкурировать на «чужих» рынках. Наличие этих преимуществ и является предпосылкой ПИИ. Каждая фирма обладает своими, присущими только ей преимуществами. Хаймер выделял некоторые виды специфических преимуществ фирмы, в частности, он относил к ним размер фирмы и возможность экономии от масштаба производства, неосязаемые активы, например, брэнды, технологические инновации, доступ к более дешевым источникам финансирования.

Фирма, обладающая специфическими преимуществами в производстве или сбыте товаров, может посчитать прибыльным использовать эти преимущества, производя непосредственно в другой стране. Причины такого использования специфического преимущества могут быть различными. Так, инвестирующая фирма может стремиться к удержанию и расширению своих преимуществ, и именно ПИИ предоставляют ей такую возможность, поскольку присущий им контроль над производством позволяет не «делиться» своими преимуществами с местными фирмами, а эффективно использовать их в целях конкуренции. Существование естественных барьеров для экспорта на зарубежный рынок (например, высокие транспортные издержки) или искусственно созданных (например, тарифы или нетарифные барье-

ры) означает, что иностранные фирмы не могут прибыльно использовать эти преимущества, просто экспортируя товары в данную страну. В этом случае ПИИ могут быть единственным способом проникновения на внешние рынки, поскольку именно благодаря им становится возможным прибыльное использование специфических для фирмы преимуществ.

Хаймер полагал, что в условиях несовершенства рынков фирма имеет реальную возможность для расширения своей рыночной власти (способности влиять на цены продаваемых или покупаемых товаров) за пределы национального рынка, в первую очередь в рамках своей отрасли. Поскольку только крупные многонациональные фирмы обладают реальными преимуществами, позволяющими им организовывать и контролировать зарубежное производство, то может наступить такой момент, когда концентрация производства в отрасли будет настолько велика, что на рынке останутся только несколько фирм, которые вступят в сговор с целью достижения максимальной власти над рынком. Поэтому теорию Хаймера очень часто называют теорией рыночной власти фирмы.

6.5.4. Теории территориального (пространственного) размещения производства

Наряду с хаймеровским подходом появлялись и другие трактовки факторов, определяющих структуру международного производства. Прежде всего стоит упомянуть так называемый локационный подход (locational approach), в рамках которого основное внимание уделялось проблеме территориального (пространственного) размещения или перемещения производства. Эти теории также развивались в качестве определенного противопоставления неоклассическому подходу или, возможно, его расширения. Что произойдет, если неоклассическое допущение о немобильности факторов производства будет снято или технология больше не будет рассматриваться как бесплатный фактор производства, мгновенно перемещающийся через национальные границы?

Вернон и теория жизненного цикла товара. Одной из наиболее влиятельных теорий, по крайней мере вплоть до начала 1970-х гг., была теория жизненного цикла товара, которая была предложена Верноном в оригинальной статье 1966 г. Мы уже рассматривали основные моменты этой теории в контексте влияния технологических разрывов и / или жизненного цикла продукта на международную торговлю. Здесь же обратим внимание на возможности использования этого подхода для

анализа размещения международного производства и потоков ПИИ. Основные вопросы, на которые Вернон хотел получить ответы: где скорее всего возникают новые идеи и технология для создания новых продуктов? Где скорее всего начинается производство новых товаров? Какие обстоятельства ведут к размещению производства за рубежом? Какие это имеет последствия для потоков ПИИ и международной торговли?

В соответствии с концепцией Вернона производство новых, технологичных товаров начинается в странах, которые имеют достаточно емкие и «платежеспособные» рынки — в 1960-е гг. это были США. По мере того как спрос на новый товар растет, происходит его стандартизация и одновременное расширение его экспорта на аналогичные (с точки зрения покупательского спроса) рынки в Европе. Затем, вследствие ряда причин, может произойти прямой перенос на эти рынки непосредственного производства этого товара. Среди важнейших причин, влияющих на перемещение производства, можно выделить следующие: угрозу имитации со стороны конкурентов в европейских странах, более низкие издержки производства в европейских странах, угрозу контроля над импортом со стороны правительств европейских стран. По мере того как продукт становится все более стандартизированным, его имитация становится все более легкой, обостряется конкуренция, которая приводит к необходимости снижения издержек. Затем ситуация повторяется с той лишь разницей, что в качестве нового места размещения производства («новой локации») выступают слаборазвитые страны с низкой стоимостью ресурсов, в первую очередь заработной платы. Одновременно производство этого товара в США падает или совсем прекращается, растет его импорт, и США постепенно теряют свое конкурентное преимущество в виде местоположения для производства этого товара.

Итак, по Вернону, замещение экспорта зарубежным производством будет происходить по мере того, как новый технологичный товар будет стандартизироваться, и снижение издержек на его производство будет становиться решающим фактором для победы над конкурентами, которые впоследствии получают возможность имитировать товар с достаточной степенью легкости. При таких условиях иностранное производство является просто сменой «места» производства, но не сменой собственности на это производство или характера экономической деятельности фирмы, инициировавшей производство нового товара.

Кожима и Озава. Очень близки к выводам Вернона и идеи других авторов, работавших в русле расширения неоклассического анализа.

В частности, японские исследователи Кожима и Озава ставили в центр анализа сравнительные преимущества фирм в условиях международной мобильности производительного капитала. Отталкиваясь от эмпирического материала по японским инвестициям в Азии, они стремились понять причины выбора фирмами того или иного «места» для размещения производства. Эти причины они сводили к следующим двум группам:

- доступ на рынок через размещение производства вблизи конечных потребителей или через размещение производства, которое позволяет преодолеть таможенные барьеры;
- доступ к ресурсам, позволяющий снизить издержки производства, или технические ноу-хау.

Фирмы могут, таким образом, расширять свою деятельность в разных странах, опираясь на различные сравнительные преимущества, которыми они обладают. Теории этого направления обращают особое внимание на международное «размещение» последовательных стадий бизнес-процесса — производства, НИОКР и продаж.

6.5.5. Транзакционные издержки и интернализация в процессе международного производства

Итак, к середине 1970-х гг. сформировались два основных подхода к пониманию международного производства. Первый преимущественно использовал терминологию и инструментарий экономики пространственного размещения производства для объяснения происхождения и использования конкурентных преимуществ фирм. Другие авторы заимствовали идеи из работ по теории организации отрасли, чтобы объяснить различие в преимуществах, которыми владеют местные и иностранные фирмы, и причины концентрации иностранных филиалов в определенных отраслях.

Рональд Коуз и идея положительных транзакционных издержек.

Такой была точка отсчета для ученых, которые переключили свой интерес на изучение многонациональной фирмы как института, замещающего рынок. В основу этого подхода была положена идея положительных транзакционных издержек, которая развивалась в рамках неоинституционального направления экономической мысли. Родоначальником теории транзакционных издержек (или транзакционного подхода) принято считать американского экономиста Р. Коуза, который в 1937 г. в своей статье «Природа фирмы» выдвинул идею о том, что издержки совершения сделок (обмена) в реальности не равны нулю, как это всегда предполагалось представителями неоклассической

школы. Под транзакционными издержками Коуз понимал издержки ценовой координации на рынке и включал в них издержки, связанные с поиском и установлением адекватных цен, а также издержки, связанные с переговорами и заключением контрактов по каждой отдельной транзакции. Впоследствии разработка теории транзакционных издержек велась такими авторами, как Вильямсон, Далман и другие.

Очевидно, что транзакционные издержки затрудняют рыночные обмены и повышают затраты на совершение сделок. Существуют ли механизмы, способствующие их минимизации? Авторы неоинституционального направления отвечают на этот вопрос утвердительно. Институционалисты воспринимают «провалы рынка» не как отклонение от нормы, а как нормальное экономическое явление, связанное с существованием транзакционных издержек и требующее соответствующих институтов для их минимизации. В теории транзакционных издержек институты играют основополагающую роль, поскольку существование и развитие соответствующей законодательной базы в области спецификации прав собственности и гарантий их соблюдения в значительной мере минимизирует транзакционные издержки и расширяет границы обмена. Важнейшим субъектом в процессе формирования этих институтов является национальное государство, и в этом, на наш взгляд, состоит его приоритетная роль в экономике. Минимизации транзакционных издержек служит, по мнению институционалистов, не только институциональная составляющая общества. Вслед за Коузом представители данного направления считают, что решение этой проблемы лежит и в иной плоскости. Альтернативой рыночной форме экономической координации является соответствующая фирменная организация или фирма, которая возникает в ответ на несовершенство рынка.

П. Бакли и М. Кассон: теория интернализации. В 1970-е годы предпринимались попытки использовать идеи транзакционного подхода для объяснения деятельности крупных организационных формирований (ТНК) на внешних рынках. Бакли и Кассон использовали подход Коуза для разработки «долгосрочной теории многонационального предприятия», которая сейчас известна как теория интернализации. Базовой предпосылкой этого подхода послужило признание несовершенства рынка — так называемых «провалов рынка», которые создают почву для получения выгод от интернализации.

Бакли и Кассон начинают свой анализ с выдвижения ряда простейших постулатов.

1. Фирмы максимизируют прибыль на мировых несовершенных рынках.

2. Когда рынки промежуточных продуктов несовершенны, возникает стимул для их «обхода» путем создания «внутрифирменных» рынков. Это приводит к появлению в рамках общей собственности и контроля различных видов деятельности, т.е. к интернализации деятельности.

3. Интернализация рынков через национальные границы приводит к созданию таких организаций, как ТНК.

Пытаясь сократить транзакционные издержки, фирмы объединяют («интернализуют») все большее количество транзакций, сужая тем самым границы рыночного обмена и превращаясь в мощные компании, действующие во многих регионах мира. Такие фирмы принято называть транснациональными корпорациями, многонациональными компаниями или глобальными компаниями. Основное средство, которое используют ТНК, интернализируя рынок, это прямые иностранные инвестиции, которые позволяют осуществлять операции по всему миру в рамках единой собственности, контроля, а часто и управления. Такие фирмы растут, подчиняясь законам вертикальной интеграции и экономя на транзакционных издержках.

Интернализация и интернационализация: различие понятий. Во-первых, следует обратить особое внимание на различие понятий «интернационализация» и «интернализация» в контексте международного производства. Термин «интернационализация» (производства) хорошо известен в российской (советской) экономической литературе и означает установление устойчивых связей между предприятиями различных стран, вследствие чего производственный процесс в одной стране становится частью процесса, протекающего в глобальном масштабе. Таким образом, здесь имеется в виду производство, выходящее за национальные границы. Интернационализация происходит от английского *international*, что означает «международный, межнациональный», в то время как интернализация — от английского *internal* — внутренний, *to internalize* — усваивать, превращать из внешнего во внутреннее. Поэтому под **интернализацией** в теориях международного производства и ПИИ принято понимать процесс превращения внешних по отношению к фирме рыночных транзакций во внутрифирменные операции. Этот процесс можно объяснить наличием транзакционных издержек и стремлением фирмы к их минимизации. Во-вторых, многие авторы рассматривают теории ПИИ, основанные на транзакционном подходе, и теории, основанные на подходе с точки зрения интернализации, как весьма схожие; их часто объединяют под общим названием «теории интернализации». Но различия между этими двумя подходами все же есть: теория интер-

нализации акцентирует внимание на процессе интернализации преимуществ фирмы, а теория транзакционных издержек — на процессе интернализации рынков.

6.5.6. Д. Даннинг и эклектическая парадигма международного производства

Особое место среди теорий ПИИ занимает эклектическая парадигма¹ международного производства, автором которой является английский экономист Д. Даннинг — один из ведущих мировых специалистов в области прямых инвестиций и многонациональных предприятий. Концепция Даннинга претендует на то, чтобы путем систематизации факторов, определяющих международное производство, создать единый формат для теоретических исследований в этой области, который мог бы логически объединить многочисленные теории международного производства и ПИИ.

При разработке эклектической парадигмы Даннинг ставил перед собой несколько целей: синтезировать (интегрировать) различные подходы к анализу международного производства, дать общие аналитические рамки для эмпирических исследований и объяснить, когда и почему фирма принимает стратегическое решение «снабжать» внешний рынок через свое зарубежное производство (финансируемое ПИИ), а не посредством экспорта товаров, произведенных на внутреннем рынке, или через лицензирование.

Преимущества OLI. Даннинг выделяет три условия, которые должны быть соблюдены, чтобы фирма была вовлечена в процесс прямого зарубежного инвестирования.

1. Инвестирующая фирма должна обладать чистыми специфическими преимуществами собственности (Ownership-specific advantages или O-advantages), которые могут быть, а могут и не быть воплощены в форме активов и которые обеспечивают этой фирме конкурентные

¹ Термин «парадигма» (от греч. *paradeigma*) означает пример или образец. Ее определяют, во-первых, как строго научную теорию, воплощенную в системе понятий, которые выражают существенные черты действительности. Так, можно говорить о неоклассической парадигме экономической теории. Во-вторых, парадигма — это совокупность общепризнанных научных достижений, дающих научному сообществу модель постановки проблем и их решений, характерную для определенного исторического периода. Понятие «парадигма» ввел в научный оборот Т. Кун в книге «Структура научных революций». У Куна парадигма — это не только теория, но и способ действия, модель, образец решения исследовательских задач. Именно в этом смысле и следует понимать эклектическую парадигму международного производства.

преимущества над местными фирмами на том рынке, куда предполагается сделать инвестиции.

2. Принимающая страна должна обладать специфическими преимуществами местоположения (Location-specific advantages или L-advantages) по сравнению с другими странами, включая страну инвестора, которые и делают ее привлекательной для иностранных инвесторов и размещения международного производства.

3. Должны иметь место также преимущества интернализации (Internalization advantages или I-advantages), т.е. преимущества от осуществления определенных сделок внутри фирмы (между различными подразделениями, филиалами одного и того же МНП) по сравнению с осуществлением этих сделок на рынке.

Суммируя, можно сказать, что эклектическая парадигма предполагает, что МНП имеет преимущества собственности по сравнению со своими основными конкурентами, которые она использует, размещая производство в тех местах, где имеются преимущества местоположения. Так, МНП сохраняют или удерживают контроль над своими сетями активов (производственных, коммерческих, финансовых и др.) благодаря преимуществам интернализации. Очень часто этот подход называют «парадигма OLI» или «преимущества OLI» по первым трем буквам перечисленных выше условий: Ownership — Location — Internalization. Рассмотрим более подробно каждое из этих условий, которые в совокупности и определяют объем и структуру международного производства.

Преимущества собственности. Даннинг выделяет два типа преимуществ собственности (иногда он называет их конкурентными преимуществами, поскольку они позволяют инвестирующей фирме получать выигрыш в конкурентной борьбе). Первый тип включает привилегированное владение фирмой активами (Oa или asset advantages), в первую очередь неосязаемыми активами, такими как, например, особая, имеющаяся только у этой фирмы технология. Эти преимущества позволяют фирме создавать новые активы, повышая, таким образом, свою конкурентоспособность. Второй тип преимуществ собственности возникает вследствие совместного управления в рамках МНП имеющимися активами (Ot или transaction costs minimizing advantages), а также дополнительными активами, которые могут образовываться вследствие трансграничной деятельности. Они включают преимущества филиалов уже работающих фирм над новыми предприятиями и преимущества, связанные с многонациональностью предприятия. Преимущества филиала МНП по сравнению с новыми фирмами вытекают из его принадлежности к более крупной и мощной родительской компании, включая доступ к более дешевым ресурсам, знаниям о рын-

ке, низким, а иногда и нулевым предельным затратам на НИОКР и пр. Преимущества многонациональности означают, что фирма, действующая во многих странах, находится в лучшей позиции, чем местная компания с точки зрения получения преимуществ от различных факторных возможностей и рыночных ситуаций.

В явном виде идея преимуществ собственности была сформулирована Даннингом в работе 1977 г., однако первые догадки о том, что инвестирующая фирма должна обладать какими-то преимуществами по сравнению с местной фирмой, были изложены им еще в книге «Американские инвестиции в британскую обрабатывающую промышленность», опубликованной в 1958 г. В 1950-е годы производительность американской обрабатывающей промышленности была в 2,5 раза выше британской. Вопрос, который сразу возникал: причины такого различия в производительности связаны с тем, что США обладают более совершенными ресурсами (как это традиционно объяснялось в рамках теорий международной торговли и территориального размещения производства), или это следствие того, что американские фирмы лучше управляют ресурсами, имеющимися в их распоряжении? Гипотеза Даннинга состояла в том, что если верно последнее предположение, то филиалы американских фирм, расположенные в Великобритании, должны работать не хуже своих родительских компаний и намного лучше своих местных английских конкурентов. Это и было названо специфическим эффектом собственности (*ownership-specific effect*). Вспомним, что в это же время вышла работа Хаймера, который говорил о специфических преимуществах фирмы, позволяющих ей конкурировать на внешних рынках. Очевидно, что оба автора имеют в виду одно и то же, хотя Даннинг делает упор на то, что различия в производительности основываются на собственности фирмы из страны базирования, а Хаймер обращает внимание на специфические преимущества фирмы, которые проявляются в условиях несовершенных рынков. Впоследствии многие ученые работали в направлении типизации различных преимуществ собственности; в частности, можно назвать хорошо известную работу Кейвза 1982 г., в которой он выделял такие типы преимуществ собственности, как технологические знания, закрепленные и не закрепленные патентом, специальные маркетинговые навыки и умения, передаваемые из одной страны в другую посредством интернализации рынков. Кейвз также обращал внимание на схожесть неосязаемых активов, которыми являются знания, с «общественным благом».

Преимущества местоположения. В отличие от преимуществ собственности, внутренних для фирмы, преимущества местоположения

играют роль внешнего фактора, стимулирующего (или не стимулирующего) инвестиции. Страна, куда направляются ПИИ, должна предложить особые преимущества местоположения, которые могут быть использованы совместно с другими преимуществами, вытекающими из собственности и интернализации. Преимущества местоположения включают в себя преимущества в издержках производства (в первую очередь дешевые трудовые ресурсы) на рынках принимающей страны, близость к потребителям, соответствующую экономическую структуру, налоговые льготы и другие государственные стимулы, правовую, социальную и политическую инфраструктуру и пр.

Вернемся к примеру Даннинга о деятельности американских фирм в обрабатывающей промышленности Великобритании в 1950-е гг. Если предположить, что американские филиалы в Великобритании работают не лучше, чем их местные конкуренты, и намного хуже, чем их родительские компании в Америке, то, считает Даннинг, это может быть следствием специфических территориальных (локационных) характеристик экономики США, которые не являются «транферабельными». Если же американские филиалы успешно работают на британском рынке, это означает, что данный рынок обладает определенными качествами, делающими его привлекательным для ПИИ. Этот феномен и получил название *специфического компонента местоположения* или *размещения*.

Очевидно, что эта составляющая эклектической парадигмы развивается в русле теорий местоположения или размещения производства, которые были кратко охарактеризованы выше. Это наиболее традиционный элемент эклектической парадигмы, вытекающий непосредственно из неоклассической модели; он достаточно часто используется для объяснения степени привлекательности того или иного региона или страны для иностранных инвестиций. В частности, он очень хорошо «работает» в российских условиях: привлекательность России для иностранных инвесторов объясняется наличием дешевых ресурсов и потенциально емких рынков сбыта, а незначительность реальных притоков ПИИ связана с запутанной системой налогообложения, противоречивой правовой базой, высоким уровнем коррупции, несоблюдением прав собственности и прочими факторами, формирующими инвестиционную среду.

Преимущества интернализации. Объясняя деятельность фирм за пределами национальных границ, Даннинг в дополнение к преимуществам собственности и местоположения ввел понятие преимуществ интернализации, под которыми понимается то, как фирмы организуют использование имеющихся преимуществ. Преимущества интернализации тесным образом связаны с преимуществами собственно-

сти: интернализация, по мнению Даннинга, помогает предприятиям получать и увеличивать те активы, которые дают им преимущества собственности. Вводя фактор интернализации в эклектическую парадигму, Даннинг стремился объяснить, почему фирмы предпочитают самостоятельно использовать свои преимущества собственности для налаживания международной деятельности, а не продают права на них иностранным фирмам. Даннинг проводит различие между теми преимуществами собственности, которыми фирма владела до того, как она стала многонациональной (указанные выше преимущества во владении неосязаемыми активами), и преимуществами, которые являются непосредственным результатом вовлеченности фирмы в международное производство. Первые из этих преимуществ интернализируются, поскольку фирма не хочет «делиться» ими со своими конкурентами, что неизбежно, если зарубежная и местная фирмы вступают в контрактные отношения. Интернализация такого типа приводит к сохранению прав собственности на неосязаемые активы и повышению вследствие этого прибыльности операций.

В то время как первый тип интернализации подразумевает интернализацию преимуществ фирмы, второй тип подразумевает интернализацию рынков. Преимущества второго типа не могут быть проданы независимой фирме из другой страны для их «отдельного» использования. Они могут быть реализованы только посредством вертикальной или горизонтальной интеграции или, иначе говоря, их можно использовать только через совместную собственность, задействованную в конкретных производственных цепочках.

В своих работах Даннинг признает, что при разработке концепции преимуществ интернализации на него оказали значительное влияние идеи его коллег из Редингской школы — Бакли и Кассона (1978). Вместе с тем следует признать сходство подхода Даннинга с подходом Хаймера: они оба полагали, что несовершенства рынка являются мощными стимулами к интернализации. По мнению Даннинга, рыночные несовершенства могут быть структурными (например, барьеры для конкуренции), а также «когнитивными» (связанными с несовершенными знаниями продавца или покупателя о продуктах или процессах). Правительственные интервенции (государственное вмешательство), по всей вероятности, усугубляют несовершенства рынка и, скорее всего, ведут к дальнейшей интернализации.

В качестве иллюстрации всего многообразия факторов, которые в совокупности объясняют процесс международного производства, суммируем все преимущества OLI, которые наилучшим образом объ-

ясняют первоначальные ПИИ, а также те преимущества, которые связаны с общим управлением географически разбросанной активностью и более полезны для понимания последовательности процесса международного производства.

Эклектическая парадигма международного производства.

1. Специфические преимущества собственности (Ownership-specific advantages) фирмы одной страны (или ее филиала) над фирмой другой страны.

1.1. Преимущества собственности, вытекающие из владения правами собственности и / или неосязаемыми активами (*Oa*); структура ресурсов (активов) фирмы. Инновации товара, управление производством, организационные и маркетинговые системы, инновационные возможности, организация работы, некодифицированные знания, «банк» квалифицированного человеческого капитала, маркетинг, финансы, ноу-хау и пр. Способность сокращать издержки внутрифирменных и межфирменных сделок.

Преимущества совместного управления (*Or*), т.е. соединение преимуществ *Oa* с дополнительными активами.

1.2.1. Преимущества, которые заводы-филиалы уже действующих фирм имеют над новыми фирмами. Эти преимущества в основном вытекают из размера предприятия, товарной диверсификации и опыта работы (т.е. эффект масштаба и специализация). Исключительный или благоприятный доступ к ресурсам (людским, природным, финансовым, информационным). Способность получать ресурсы на более выгодных условиях (из-за размера предприятия или монополистического влияния). Способность родительской компании устанавливать производительные и кооперативные межфирменные отношения. Исключительный или благоприятный доступ к товарным рынкам. Доступ к ресурсам родительской компании по предельным издержкам. Синергетическая экономия (не только в производственных, но и в закупочных, маркетинговых, финансовых соглашениях).

1.2.2. Преимущества, вытекающие непосредственно из многонационального характера фирмы. Многонациональность включает операционную подвижность (гибкость) благодаря предоставлению более широких возможностей для арбитражных сделок, сдвигов в производстве и глобального снабжения ресурсами. Более благоприятный доступ к знаниям о международном рынке (например, информационным, финансовым, рыночным и пр.). Способность извлекать преимущества из географических различий в обеспеченности факторами производства, в государственном вмешательстве в экономику и пр. Способность диверсифицировать или снижать риски (например, ва-

лютные и политические). Способность изучать различия в организационных и управленческих процессах в разных обществах и системах.

2. Преимущества интернализации (Internalization incentive advantages), т.е. преодоление или использование провалов рынка. Интернализация позволяет:

- избежать затрат на поиск партнеров и переговоры с ними;
- избежать морального ущерба и последствий неблагоприятного отбора, защитить репутацию интернализируемой фирмы;
- избежать издержек, связанных с разрывом контрактов, и судебных издержек;
- избежать неопределенности положения покупателя относительно качества и стоимости ресурсов, например технологии;
- избежать ситуации, когда рынок не дает возможности использовать дискриминацию в ценах;
- извлечь экономию из взаимозависимой и взаимосвязанной деятельности (см. пункт 1.2);
- компенсировать отсутствие будущих рынков;
- избежать или использовать государственное вмешательство в экономику (квоты, тарифы, контроль над ценами, налоговые различия и т.д.);
- контролировать поставки и условия продаж ресурсов (включая технологию);
- контролировать рынки сбыта (включая те, которые могут быть использованы конкурентами);
- участвовать в таких видах деятельности, как кросс-субсидирование, разорительное ценообразование, трансфертное ценообразование в качестве конкурентной или антиконкурентной стратегии.

3. Преимущества местоположения или размещения производства (Location-specific advantages), которые могут относиться как инвестирующей, так и к принимающей стране:

- пространственное (географическое) распределение естественных и созданных ресурсов и рынков;
- цены ресурсов, их качество и производительность (например, труд, энергоресурсы, материалы и компоненты, полуфабрикаты);
- затраты на международный транспорт и коммуникации;
- стимулы для инвестиций и дезинвестиций (включая требования к производственному процессу);
- искусственные барьеры (например, импортный контроль) в торговле товарами и услугами;
- социальные и инфраструктурные условия (коммерческие, правовые, образовательные, транспортные и коммуникационные);

- межстрановые идеологические, языковые, культурные, деловые и политические различия;
- экономия на централизации НИОКР;
- экономическая система и стратегии управления: институциональные рамки для размещения ресурсов.

(Источник. *Dunning J. Multinational Enterprise and the Global Economy. Wokingham, England and Reading, Mass.: Addison Wesley, 1993. P. 81).*

Значение эклектической парадигмы для дальнейших исследований в области ПИИ и международного производства. Эклектическую теорию международного производства без сомнения стоит признать успешной и хорошо работающей теорией. Введенная в научный оборот парадигма OLI широко используется экономистами, занимающимися проблемами ТНК и международного прямого инвестирования. На любой конференции по международному бизнесу найдется, по крайней мере, две-три работы, где подход Даннинга служит исходным форматом, в рамках которого предлагаются новые гипотезы и модели.

Подход Даннинга является привлекательным еще и потому, что он предлагает рассматривать прямое зарубежное инвестирование как следствие одновременного обладания преимуществами собственности, местоположения и интернализации. Даннинг пытается таким образом интегрировать микро- и макроэлементы анализа и объяснить международную торговлю и международное производство в одном аналитическом формате. Несмотря на то что Даннинг предпочитает теорию интернализации теории рыночной власти, было бы неверно смешивать или отождествлять эклектический подход с подходом с точки зрения интернализации, как это иногда делается в некоторых обзорах литературы по данной теме. Общая природа эклектической парадигмы, как уже неоднократно отмечалось, состоит в том, что она придает равное значение теориям, в которых подчеркивается важность преимуществ макроэкономического размещения международного производства, а также взаимодействия между фирмой и ее макроэкономическим окружением. Таким образом, «теория производства, принадлежащего иностранцам, стоит на пересечении между макроэкономической теорией международной торговли и микроэкономической теорией фирмы».

Сильной стороной эклектической парадигмы является также то, что она может рассматриваться как динамический подход, в котором преимущества собственности, местоположения и интернализации влияют друг на друга. Эклектическая парадигма далее утверждает, что значение каждого набора факторов или преимуществ и конкретная их конфигурация будет зависеть от отраслей, регионов или стран, а также

от участвующих в международном производстве фирм. Преимущества местоположения создают стимулы для интернализации, в свою очередь, интернализация порождает дополнительные преимущества собственности и способствует их эффективному использованию совместно с уже имеющимися преимуществами собственности. Изменения в оттоках и притоках страновых инвестиций могут объясняться изменениями преимуществ собственности предприятий данной страны по сравнению с предприятиями других стран, изменениями в «локационных» активах страны по сравнению с другими странами, а также изменениями во внутренней организации активов внутри фирмы.

Основное сомнение относительно этого подхода состоит в следующем: сможет ли он пойти куда-то дальше, за границы классификационного анализа, т.е. простой таксономии? Сам Даннинг признавал эту проблему в самом начале своих исследований, когда писал, что, «представляя системную теорию, мы допускаем, что можем быть обвинены в эклектической таксономии». Его подход очень полезен как описательный и классификационный инструмент. Но объясняющая и, следовательно, предсказательная сила теории ослабляется вследствие чрезмерной концентрации на таксономии. Основные проблемы связаны с тем, что ряд элементов и переменных, возникающих из трех видов преимуществ (*OLI*) и используемых «для объяснения» международной экономической деятельности, очень разнообразны и могут бесконечно расширяться. Это, кстати, очень хорошо видно из раздела, где приводятся все составляющие эклектической парадигмы: преимущества собственности, местоположения и интернализации. После внимательного изучения этого перечня становится ясно, что список классифицируемых преимуществ может быть значительно расширен в зависимости от рассматриваемой страны, отрасли и фирмы. Но то, что составляет слабость теории, одновременно является и ее силой. Эклектическую парадигму следует рассматривать прежде всего как рамки для анализа факторов, определяющих международное производство, а не как теорию, обладающую предсказательной силой.

6.6. РОЛЬ ТНК В МИРОВОЙ ТОРГОВЛЕ И МЕЖДУНАРОДНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Как оценить масштабы деятельности ТНК и международного производства? Какова роль ТНК в мировой торговле и мировой экономике? Основные данные об этом можно почерпнуть из ежегодных докладов по мировым инвестициям (World Investment Report), которые выпускает ЮНКТАД, начиная с 1991 г.

6.6.1. Некоторые показатели динамики ПИИ и международного производства

По мере возрастания роли транснациональных корпораций в глобализирующейся мировой экономике масштабы международного производства расширяются. Согласно последним оценкам (WIR, 2016) в мире сегодня насчитывается порядка 80 000 ТНК, которые имеют около 800 000 филиалов за рубежом. Их воздействие на экономику может быть оценено по-разному. В 2016 году в зарубежных филиалах ТНК было занято около 80 млн работников по сравнению с 23 млн в 1990 г.; объем продаж ТНК, составивший в 2016 г. почти 37 трлн дол., более чем вдвое превысил объем мирового товарного экспорта, тогда как в 1990 г. эти два показателя были примерно одинаковыми; за тот же период суммарный объем вывезенных прямых иностранных инвестиций вырос с 2,0 до 25,0 трлн дол. На зарубежные филиалы ТНК в настоящее время приходится десятая часть мирового ВВП и треть мирового экспорта. Более того, если учесть общемировые стоимостные объемы деятельности ТНК, не связанной с взаимоотношениями на уровне капитала (международные субподряды, лицензирование, подрядное промышленное производство), то доли ТНК в этих глобальных агрегированных показателях будут еще выше.

6.6.2. Роль ТНК в мировой торговле

Имеющиеся данные подтверждают тот факт, что роль ТНК в мировой экономике и внешней торговле, в первую очередь в промышленно развитых странах, очень велика:

- 1) на ТНК приходится примерно $\frac{1}{4}$ мирового ВВП или совокупного производства в мире;
- 2) ТНК участвуют примерно в $\frac{1}{4}$ всей мировой торговли;
- 3) продажи зарубежных филиалов ТНК превышают объем мировой торговли (36 трлн дол. и 20 трлн дол.);
- 4) около $\frac{1}{3}$ мировой торговли происходит в рамках ТНК (между головными и дочерними компаниями);
- 5) на ТНК приходится около $\frac{3}{4}$ всех гражданских НИОКР в мире;
- 6) в настоящее время ТНК являются ключевым субъектом мировой экономики и ведущим игроком в ГЦС.

Внутрифирменная и внутрифилиальная торговля. Однако намного больший интерес, чем внешняя торговля, проходящая через руки ТНК, представляет внутрифирменная торговля (intra-firm trade или in-house trade) — торговля между ТНК и ее филиалами и дочерними ком-

паниями в других странах. Также важна внутрифилиальная торговля (intra-affiliate trade), которая представляет собой торговлю между филиалами одной и той же родительской компании. Внутрифирменную и внутрифилиальную торговлю необходимо отличать от так называемой «торговли на расстоянии вытянутой руки» (arms-length trade), т.е. торговли, в которой продавец и покупатель не связаны единой собственностью, проще говоря, торговля на рынке, а не внутри фирмы. Внутрифирменную торговлю необходимо отличать также от внутриотраслевой торговли, хотя в некоторых случаях внутрифирменная торговля одновременно является и внутриотраслевой.

К сожалению, данные о природе и масштабе внутрифирменной и внутрифилиальной торговли не столь всеобъемлющи по сравнению с данными по внутриотраслевой торговле. Они имеются только у тех стран, компании которых по закону обязаны представлять данные, относящиеся к такой торговле (и то только за определенные годы). Наиболее полные данные имеются по США, они публикуются раз в пять лет на основе обзоров, подготавливаемых Министерством торговли США (U.S. Department of Commerce). Эти обзоры включают данные по иностранным филиалам американских компаний и по американским филиалам зарубежных компаний и покрывают около 30 отраслей промышленности. Существуют также данные, правда, не такие полные, как по США, и по другим странам, в частности по Великобритании, Швеции, Японии, Франции и некоторым другим. В среднем на долю внутрифирменной торговли приходится более 30% от экспорта родительской компании. При этом доля внутрифирменной торговли в промышленности выше, чем в торговле сырьем, за исключением торговли нефтью.

6.6.3. Трансфертное ценообразование

Определение трансфертных цен. Одним из объяснений роста внутрифирменной торговли в последние десятилетия может быть тот факт, что она дает возможность манипулировать трансфертными ценами (transfer-price manipulation). **Трансфертные цены** — это цены, используемые ТНК для внутрифирменных сделок. Термин «трансфертное ценообразование» или «манипулирование трансфертными ценами» употребляется, когда ТНК используют во внутрифирменной торговле цены, отличающиеся от рыночных. Следовательно, если возрастающая доля мировой торговли приходится на внутрифирменную торговлю, то использование трансфертного ценообразования может означать, что мировые цены отнюдь не являются результатом игры

рыночных сил, как это утверждается в неоклассической теории международной торговли.

Хотя трансфертные цены обычно используются во внутрифирменной торговле товарами между родительской компанией и ее филиалами или между филиалами одной и той же родительской компании, трансфертное ценообразование в реальности охватывает более широкий спектр операций. Во-первых, так или иначе, оно включает торговлю между родительской компанией и филиалами с миноритарным или даже нулевым участием родительской компании. Даже если родительская компания не владеет акциями зарубежной компании, она может осуществлять контроль над ее операциями через лицензионные соглашения, контракты на управление, субподрядные отношения и пр. Во-вторых, трансфертное ценообразование не ограничивается только сделками с товарами, оно может включать в себя и неторговые операции, например, платежи за услуги, предоставленные родительской компанией, лицензионные платежи, выплату процентов по займам, которые предоставила родительская компания и др.

Мотивы для трансфертного ценообразования. Существуют разные точки зрения на то, почему ТНК используют трансфертное ценообразование. Их можно суммировать следующим образом.

Различия в ставках корпоративного налогообложения между странами. Пока такие различия существуют, ТНК будут иметь стимулы для манипуляции трансфертными ценами с целью снижения своих глобальных налоговых платежей и увеличения прибыли.

Различия в уровнях импортных тарифов между странами. Многие развивающиеся страны устанавливают высокие тарифы на импортируемые промежуточные товары, стимулируя замещение импорта. Этот мотив для установления трансфертных цен может, однако, входить в противоречие с другими целями. Занижение в счетах-фактурах цен на товары, продаваемые зарубежным филиалам, может привести к перекачиванию прибылей от родительской компании в филиалы, увеличивая тем самым прибыли, регистрируемые в стране, где расположены эти зарубежные филиалы. Если в принимающей стране налоговые ставки ниже, трансфертные цены «работают». Но если в принимающей стране налоговые ставки выше, то это приведет к конфликту целей. Кроме того, недооценка стоимости товаров, поставляемых зарубежным филиалам, подвергает ТНК финансовому риску — риску внезапной девальвации (или обесценения) местной валюты или введения жесткого валютного контроля над оттоком капитала из принимающей страны.

Валютные риски. Любые компании, ведущие международную торговлю, подвергаются валютным рискам, и любые компании, а не только ТНК, стремятся эти риски минимизировать, осуществляя хеджевые операции различного рода. А ТНК, использующие трансфертные цены во внутрифирменной торговле, имеют для этого больше возможностей. В частности, они задерживают платежи в валюте, которая имеет тенденцию к удорожанию, и ускоряют платежи в девальвирующейся валюте.

Ограничения на репатриацию прибылей или капитала. Эти ограничения являются очень сильным стимулом для использования ТНК трансфертного ценообразования, которое в этих случаях выступает в форме завышения цены товаров, продаваемых родительской компанией своему филиалу, либо занижения цены товаров, продаваемых филиалом своей родительской компании.

Политические и социальные факторы. Факторы такого рода (как в принимающей стране, так и в стране базирования), несущие в себе соответствующие риски, также могут создавать предпосылки для манипулирования ТНК трансфертными ценами.

Эмпирические данные по трансфертному ценообразованию. Конкретных данных по трансфертному ценообразованию очень мало. Это связано с тем, что фирмы не стремятся раскрывать информацию о своей ценовой политике. В большинстве случаев мы не знаем, какие цены используются во внутрифирменной торговле. Более того, даже если у нас и имеется такая информация, у нас нет данных о ценах, которые использовались при проведении подобных экспортных операций, но между независимыми друг от друга фирмами. Тем не менее имеется ряд работ, где рассматриваются проблемы трансфертного ценообразования. Выводы, к которым пришли авторы, занимавшиеся этой проблематикой, в целом одинаковы: цены на импортируемые в те или иные страны филиалами ТНК товары были существенно завышены — от 25 до 300%.

Воздействие трансфертного ценообразования на экономическую эффективность. Являются ли трансфертные цены экономически эффективными? Вспомним, что в неоклассической теории эффективность обычно рассматривается как эффективность по Парето. Парето-эффективность имеет место тогда, когда невозможно улучшить положение какого-либо индивида без ухудшения положения другого индивида. Если выполняется это условие, это означает, что ресурсы распределены оптимально между альтернативными видами деятельности. Графически можно показать, что это условие выполняется, когда производители производят в точке, где рыночная цена равняет-

ся частным плюс социальным предельным затратам. На самом деле, если рыночные цены устанавливаются на уровне, где они действительно равняются сумме частных и социальных предельных издержек, то трансфертное ценообразование приведет к сдвигу от точки оптимальности и эффективность будет нарушена. Однако если рыночные цены отклоняются от предельных затрат, возможно, что трансфертное ценообразование может приблизить цены к точке оптимальности, и в этом случае воздействие на эффективность будет положительным.

Как мы выяснили ранее, одной из причин стремления фирм интернализировать рынки является то, что внешние рынки не всегда способны эффективно распределить ресурсы. Например, они могут быть не в состоянии обеспечить фирмам, которые владеют специфическими для них неосозаемыми активами (такими как знания), получить цену, которая бы адекватно отражала стоимость этих активов (знаний). Создавая внутренние рынки для этих знаний, ТНК решают эту проблему. В таком случае цена, по которой эти активы передаются внутри фирмы, вероятно, приведет к большей эффективности, чем при использовании цен внешнего рынка.

Еще одна причина трансфертного ценообразования состоит в существовании различных видов несовершенств рынка, являющихся следствием государственного вмешательства в экономику — тарифов, налогов, контроля над репатриацией прибылей и пр. В некоторых случаях эти формы государственного вмешательства сокращают эффективность, деформируя процесс распределения ресурсов. Например, тарифы искажают эффективность, стимулируя производителей в стране импорта производить слишком много «защищаемых» товаров, а производителей в стране экспорта — слишком мало. Если, однако, трансфертное ценообразование приведет к занижению цен ТНК на товары, продаваемые ее зарубежному филиалу, торговля может вестись по ценам, более близким к уровню эффективности.

Другими словами, воздействие трансфертного ценообразования на экономическую эффективность определенно допускает двоякое толкование. Мы не можем однозначно сказать, что трансфертное ценообразование по своей природе «вредно» с точки зрения эффективности.

Контроль над трансфертным ценообразованием. Если все же допустить, что в большинстве случаев трансфертное ценообразование пагубно влияет на свободную рыночную конкуренцию, то встает вопрос о принятии конкретных мер, препятствующих применению данного метода в деятельности ТНК. Здесь возможны различные варианты. Во-первых, национальные правительства могут предпринимать одно-

сторонние шаги для устранения тех факторов, которые способствуют использованию трансфертного ценообразования, во-вторых, правительства могут действовать сообща и разрабатывать общие правила для деятельности ТНК в пределах отдельных регионов или даже на глобальной многосторонней основе. В первом случае очевидно, что правительства смогли бы добиться успеха, если бы они договорились, например, о гармонизации ставок налогов на прибыль, о сокращении уровня таможенных пошлин, об устранении контроля над репатриацией прибылей и над ценами и пр. Могли бы оказаться эффективными и действия, направленные на снижение финансового риска от обесценения валют или экспроприации активов. Кроме того, альтернативой или дополнением к вышеперечисленным мерам могло бы служить требование к ТНК предоставлять исчерпывающую информацию о ценах внутрифирменной и внутрифилиальной торговли в целях обеспечения большей прозрачности сделок. В целом все эти меры означают расширение вмешательства государства в сферу внешней торговли тех стран, где на ТНК приходится значительная доля национального экспорта и импорта.

Регулирование и контроль над трансфертными ценами на многостороннем уровне предполагает выработку унифицированных «правил поведения» для ТНК. Впервые такие попытки были предприняты странами ОЭСР в 1979 г. Они разработали ряд рекомендаций по регулированию трансфертных цен в целях определения уровня налогооблагаемой прибыли, по использованию согласованных методов сравнения цен экспортной торговли с ценами аналогичных сделок с товарами, услугами и активами во внутрифирменной торговле, а также по сотрудничеству между налоговыми органами стран — членов ОЭСР.

В настоящее время важнейшим направлением работы в области контроля над трансфертными ценами стало формирование международного налогового режима (*international tax regime*), принципы которого могли бы использовать все страны. Ведущую роль в этом процессе продолжает играть ОЭСР, в частности Комитет ОЭСР по фискальным вопросам (*OECD Committee on Fiscal Affairs — CFA*), который опубликовал в 1995 г. последнюю версию «Руководящих принципов по трансфертному ценообразованию для многонациональных предприятий и налоговых органов» (*OECD. Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations. Paris : OECD, 1995*).

Основы международного налогового режима для регулирования трансфертных цен ТНК формируются под влиянием трех основных тенденций в развитии мировой экономики. Первая движущая сила —

это глобализация, которая способствует расширению сферы деятельности ТНК. Транснациональные стратегии поощряют фрагментацию расположения филиалов в тех географических «локациях», которые могут приносить максимальную прибыль. Это означает, что национальные налоговые власти имеют дело лишь с «фрагментом» ТНК, включенным в сложнейшую цепочку связей, состоящую из родительской компании, филиалов, дочерних фирм, стратегических альянсов, субконтракторов и других экономических субъектов во многих странах мира, между которыми налажен обмен разнообразными активами, в том числе и по трансфертным ценам. Из этого следует, что количество разногласий между национальным государством и ТНК по вопросам налогообложения будет возрастать.

Вторая тенденция — это регионализация. Углубление региональной экономической интеграции в течение последних десятилетий привело к укреплению региональных сетей ТНК. Поэтому необходимость унификации налогового режима в отношении ТНК и ее филиалов на региональном уровне будет расти. Этот процесс будет сопровождаться унификацией всего налогового законодательства в рамках той или иной региональной группировки, как это уже происходит, в частности в ЕС.

Третья сила, оказывающая влияние на деятельность ТНК в области трансфертного ценообразования — это сеть «Интернет», расширение использования которой, во-первых, создает благоприятные возможности для широкомасштабной торговли товарами, услугами и прочими активами ТНК на глобальном рынке, а во-вторых, серьезно затрудняет налогообложение этих операций.

6.7. ВЫВОДЫ

1. В предыдущих главах, рассматривая теории международной торговли, мы предполагали, что факторы производства немобильны в международном масштабе. В свою очередь, товары (и услуги) обладали международной мобильностью, и торговля оказывала влияние как на распределение доходов между странами, так и на факторные цены. Однако, за исключением земли, факторы производства в реальности более или менее мобильны, и их международное перемещение приводит к перераспределительным эффектам, так же как и в случае торговли товарами.

2. По классификации МВФ выделяются следующие формы международного движения капитала: прямые инвестиции, портфельные инвестиции, прочие международные инвестиции. Критерием такой

классификации служат цели вложения капитала: обеспечение долгосрочных стратегических интересов инвестора (в случае прямых инвестиций) или обеспечение доходов на вложенный капитал (в случае портфельных и прочих международных инвестиций). Кроме того, международные потоки капитала можно классифицировать в зависимости сроков вложения на долгосрочный (вложения свыше одного года) и краткосрочный (вложения до одного года) капитал. Иногда выделяют также среднесрочный капитал, к которому относят вложения на срок три — пять лет. Если анализировать международное движение капитала с точки зрения источников его происхождения, то можно выделить частный капитал (зарубежные инвестиции, осуществляемые частными фирмами, межбанковское кредитование и пр.) и государственный капитал.

3. К прочим инвестициям (в советской экономической литературе было более употребительным понятие ссудного капитала) относятся различные инструменты международного заимствования и кредитования. Это остаточная категория инвестиций, включающая все остальные межгосударственные передвижения капитала, не отнесенные к прямым, портфельным инвестициям или резервным активам. Формами международного заимствования и кредитования принято считать следующие инструменты: займы, торговые кредиты, валюту, депозиты, прочие активы и пассивы. Иностранные портфельные инвестиции — это покупка резидентами одной страны (или их агентами) неконтрольных пакетов иностранной собственности, долговых обязательств и ценных бумаг, выпущенных корпорациями, банками и правительствами других стран. Потоки портфельных инвестиций регистрируются в счете капиталов как чистое сальдо движения за год, что означает учет только чистых, а не реальных потоков.

3. Базовое различие между прямыми и портфельными инвестициями состоит в том, что портфельные инвестиции — это покупка неконтрольного пакета акций иностранной собственности, а прямые инвестиции — это реальные инвестиции, которые позволяют осуществлять контроль над деятельностью зарубежного предприятия в различных формах. Первоначально наиболее распространенной была точка зрения, трактовавшая контроль над предприятием как обладание контрольным пакетом акций. В рамках такого подхода собственность родительской компании на активы филиала является основной или единственной предпосылкой для осуществления контроля над деятельностью филиала. В последнее время все больше авторов считают, что важна не столько количественная оценка доли владения в филиале (на чем настаивает легальный подход к контролю), сколько спо-

способность головной компании определять общие корпоративные цели, контролировать принятие и исполнение стратегических и тактических решений в таких областях, как отношения фирмы с национальными государствами и рабочими, степень и направления накопления капитала, источники снабжения сырьем, географические направления деятельности, контроль качества и пр. Наконец, фирма-инвестор может проводить в жизнь свои стратегические решения и цели не только через ПИИ и контроль, но и посредством других видов трансграничной активности, например, субконтрактных отношений, которые дают возможность крупной фирме контролировать производственную деятельность другой фирмы без участия в ее акционерном капитале. Это пример осуществления контроля без участия в собственности. Современное определение ПИИ, рекомендованное ОЭСР и МВФ, избегает идеи контроля, предпочитая ему понятие длительного интереса прямого инвестора: «ПИИ отражают цель получения длительного интереса резидентом одной страны («прямой инвестор») в предприятии резидента другой страны («предприятие с прямыми инвестициями»). Длительный интерес предполагает существование долгосрочных отношений между прямым инвестором и предприятием (с прямыми инвестициями), а также значительную степень влияния на управление этим предприятием».

4. Употребляются различные термины для определения крупной фирмы, которая действует не только на территории страны своего базирования, но и на территории других стран. Наиболее часто встречаются понятия «транснациональная корпорация» (ТНК), «многонациональная корпорация» (МНК), «глобальная корпорация» (ГК), «многонациональная фирма» (МНФ), «многонациональное предприятие» (МНП). В научной литературе наиболее употребительным является термин «многонациональное предприятие», подчеркивающий, что фирма, осуществляющая международную активность, может выступать в любой юридической форме. Термин ТНК является общепотребительным в документах ООН, а также в профсоюзных кругах и в среде активистов, выступающих против деятельности ТНК (антиглобалистов). Термин ТНК, согласно проекту Кодекса поведения ТНК, разработанному в ООН, означает «предприятие, объединяющее организации (entities) в двух и более странах, независимо от их юридической формы и сферы деятельности, которые действуют в рамках системы принятия решений, что дает возможность проводить согласованную и логически последовательную политику через один или несколько центров принятия решений, в которых эти организации настолько связаны путем совместной собственности или каким-либо

другим способом, что одна или несколько таких организаций могут оказывать влияние на деятельность других, в особенности в области распространения технологии, ресурсов и ответственности».

5. Неоклассические теории международного движения капитала формировались в русле неоклассического подхода к международной торговле. Следует отметить, что четкой, цельной и всеобъемлющей теории зарубежных инвестиций так и не было создано, и в первую очередь это относится к теории прямых иностранных инвестиций и зарубежного производства. Практически все авторы не проводили различия между прямыми и портфельными инвестициями, сосредотачиваясь по умолчанию на анализе портфельных вложений. Вопросы прямого зарубежного инвестирования и зарубежного производства лишь затрагивались, и их анализ осуществлялся с точки зрения пространственного (территориального) размещения факторов производства за рубежом. Это и понятно, поскольку неоклассическое направление полагает, что размещение производства базируется на относительном обладании странами теми или иными факторами производства, что и дает им возможность специализироваться на определенном виде производства. Основы неоклассической теории иностранных инвестиций были заложены Б. Олиным, который рассматривал международное движение капитала как «субпродукт» международной торговли. Нурксе расширил подход Олина, рассматривая эндогенное движение капитала вследствие мотива прибыли. Иверсен объясняет движение капитала межстрановыми различиями в ставках процента, которые, в свою очередь, непосредственно зависят от уровня странового и отраслевого риска. Манделл рассматривает движение товаров между странами и потоки капитала как своеобразные субституты, порождающие тенденцию к выравниванию цен на товары и факторы производства, даже если товары или факторы производства не обладают полной мобильностью.

6. Отправной точкой для развития альтернативных теорий международного производства послужило несогласие большинства экономистов с основными выводами неоклассического подхода, которые в начале 1960-х гг. стали, очевидно, противоречить реальности. Пионером в разработке альтернативных подходов к анализу иностранных инвестиций по праву считается Хаймер, чьи работы не только отличались новизной, но и во многом определили последующие направления изучения прямых инвестиций. Хаймер полагал, что в условиях несовершенства рынков крупные многонациональные фирмы обладают реальными преимуществами, позволяющими им организовывать и контролировать зарубежное производство; со временем может наступить такой момент, когда концентрация производства в отрасли бу-

дет настолько велика, что на рынке останутся только несколько фирм, которые вступят в сговор с целью достижения максимальной власти над рынком. Поэтому теорию Хаймера очень часто называют теорией рыночной власти фирмы. Наряду с хаймеровским подходом появлялись и другие трактовки факторов, определяющих структуру международного производства. Это прежде всего локационный подход, ставший своеобразным расширением неоклассического и уделявший основное внимание проблеме территориального размещения производства (Вернон, Кожима, Озава и другие). В дальнейшем теоретический интерес сместился на изучение многонациональной фирмы как института, замещающего рынок. В основу этого подхода была положена идея Коуза (1937) о положительных транзакционных издержках. Бакли и Кассон использовали подход Коуза для разработки «долгосрочной теории многонационального предприятия», которая сейчас известна как теория интернализации. Базовой предпосылкой этого подхода послужило признание несовершенства рынка — так называемых «провалов рынка», которые создают почву для получения выгод от интернализации.

7. Особое место среди теорий ПИИ занимает эклектическая парадигма международного производства Даннинга, концепция которого претендует на то, чтобы путем систематизации факторов, определяющих международное производство, создать единый формат для теоретических исследований в этой области, который мог бы логически объединить многочисленные теории международного производства и ПИИ. Даннинг выделяет три условия, которые должны быть соблюдены, чтобы фирма была вовлечена в процесс прямого зарубежного инвестирования. Инвестирующая фирма должна обладать чистыми специфическими преимуществами собственности, которые могут быть, а могут и не быть воплощены в форме активов и которые обеспечивают этой фирме конкурентные преимущества над местными фирмами на том рынке, куда предполагается сделать инвестиции. Принимающая страна должна обладать специфическими преимуществами местоположения по сравнению с другими странами, включая страну инвестора, которые и делают ее привлекательной для иностранных инвесторов и размещения международного производства. Должны иметь место также преимущества интернализации, т.е. преимущества от осуществления определенных сделок внутри фирмы (между различными подразделениями, филиалами одного и того же МНП) по сравнению с осуществлением этих сделок на рынке. Суммируя, можно сказать, что эклектическая парадигма предполагает, что МНП имеет преимущества собственности по сравнению со сво-

ими основными конкурентами, которые она использует, размещая производство в тех местах, где имеются преимущества местоположения.

8. Основные данные о масштабах деятельности ТНК в мировой экономике и международной торговле публикуются в ежегодных докладах по мировым инвестициям, которые выпускает ЮНКТАД, начиная с 1991 г. Согласно последним оценкам (WIR, 2016) в мире сегодня насчитывается порядка 80 000 ТНК, которые имеют около 800 000 филиалов за рубежом. Их воздействие на экономику может быть оценено по-разному. В 2016 году в зарубежных филиалах ТНК было занято около 80 млн работников по сравнению с 23 млн в 1990 г.; объем продаж ТНК, составивший в 2016 г. почти 37 трлн дол., более чем вдвое превысил объем мирового товарного экспорта, тогда как в 1990 г. эти два показателя были примерно одинаковыми; за тот же период суммарный объем вывезенных прямых иностранных инвестиций вырос с 2,0 до 25,0 трлн дол. На зарубежные филиалы ТНК в настоящее время приходится десятая часть мирового ВВП и треть мирового экспорта. Более того, если учесть общемировые стоимостные объемы деятельности ТНК, не связанной с взаимоотношениями на уровне капитала (международные субподряды, лицензирование, подрядное промышленное производство), то доли ТНК в этих глобальных агрегированных показателях будут еще выше.

На зарубежные филиалы ТНК в настоящее время приходится десятая часть мирового ВВП и треть мирового экспорта. Более того, если учесть общемировые стоимостные объемы деятельности ТНК, не связанной с взаимоотношениями на уровне капитала (международные субподряды, лицензирование, подрядное промышленное производство), то доли ТНК в этих глобальных агрегированных показателях будут еще выше. Однако намного больший интерес, чем внешняя торговля, проходящая через руки ТНК, представляет внутрифирменная торговля, т.е. торговля между ТНК и ее филиалами и дочерними компаниями в других странах, которая растет быстрыми темпами. Одним из объяснений роста внутрифирменной торговли в последние десятилетия может быть тот факт, что она дает возможность манипулировать трансфертными ценами. Следовательно, если возрастающая доля мировой торговли приходится на внутрифирменную торговлю, то использование трансфертного ценообразования может означать, что мировые цены отнюдь не являются результатом игры рыночных сил, как это утверждается в неоклассической теории международной торговли.

Ключевые термины к главе 6

Международное движение капитала	Ассоциированная компания
Рынки капитала	Отделение
Краткосрочный капитал	Лицензирование
Долгосрочный капитал	Специфические преимущества фирмы
Прямые иностранные инвестиции	Несовершенства рынка
Портфельные инвестиции	Провал рынка
Займы	Сговор
Торговые кредиты	Транзакционные издержки
Контроль	Интернализация
Транснациональная корпорация (ТНК)	Интернационализация капитала
Многонациональная корпорация (МНК)	Рыночная власть
Многонациональное предприятие (МНП)	Эклектическая парадигма
Международное производство	Преимущества собственности
Суб-контрактные отношения	Преимущества местоположения
Организационная структура ТНК	Преимущества интернализации
Холдинговая компания	Внутрифирменная торговля
Дочерняя компания	Трансфертные цены
Филиал	

Вопросы для повторения и обсуждения к главе 6

1. Какие формы движения факторов производства принято выделять в экономической теории?
2. В каком смысле международное движение ресурсов можно считать заместителем международной торговли товарами?
3. Что такое иностранные портфельные инвестиции? В каких формах они могут осуществляться? В какой части платежного баланса страны и как они регистрируются?
4. Что такое прямые иностранные инвестиции? В чем состоит основное различие между прямыми и портфельными инвестициями?
5. Чем отличается определение прямых иностранных инвестиций через концепцию контроля от определения через концепцию долгосрочного интереса?
6. Чем отличаются термины «транснациональная корпорация», «многонациональная корпорация», «многонациональное предприятие», «глобальная корпорация»?
7. Какие виды трансграничной активности ТНК вы знаете?

8. Какую роль играют ТНК в процессе международного прямого инвестирования?
9. В чем особенность неоклассического подхода к анализу международного движения капитала?
10. В чем особенности теорий международного производства и прямых иностранных инвестиций?
11. В чем состоит пионерский вклад Хаймера в теорию международного производства?
12. В чем состоит подход к анализу международного производства с точки зрения транзакционных издержек и интернализации?
13. Каковы составные части эклектической парадигмы Даннинга? Как они соотносятся друг с другом в реальном процессе прямого инвестирования?
14. Каковы основные показатели роли ТНК в мировой торговле и мировой экономике?
15. Что такое трансфертное ценообразование? Как оно влияет на установление цен на различных товарных рынках?
16. Какую роль играет международное кредитование и заимствование, портфельные и прямые инвестиции в притоке иностранного капитала в Россию?