**План**

1 Теории международной торговли

2 Классическая теория сравнительных преимуществ

3 Альтернативные теории международной торговли

Список использованной литературы

1. **Теории международной торговли**

Основной формой международных экономических отношений является международная торговля. Сущность и роль внешней торговли объясняют многочисленные экономические теории. Их цель состоит в определении наиболее эффективных путей расширения внешней торговли и превращения ее в действенный фактор социально-экономического развития. Теоретические выводы и рекомендации учитываются правительственными органами и частными компаниями при разработке внешнеторговой тактики и стратегии.

Основополагающие теории международной торговли были разработаны в эпоху становления мирового рынка и мирового хозяйства. Но они не утратили своей значимости и в современных условиях, ибо в них даются ответы на вечные вопросы, связанные с внешней торговлей: что и где продавать и покупать.

Существует два способа осуществления торговых отношений между странами:

в условиях свободного перемещения товаров (свободной торговли)

в условиях ограничений, вводимых правительственными органами для защиты прежде своего национального производителя и экспортера от иностранной конкуренции, т.е. протекционизма.

Это важно иметь ввиду, потому что теории внешней торговли в разной степени обосновывают необходимость свободной торговли или протекционизма.

Можно выделить: теория абсолютных преимуществ мировой торговли А.Смита; теория сравнительных преимуществ Д.Рикардо и теория международной торговли Хекшера-Олина. На основе этой теории в середине XX века появляются сравнительная теория преимуществ в динамике с учетом тенденции к экономическому росту, теорема Рыбчинского, парадокс Леонтьева.

Во второй половине XX века появился ряд теорий международной торговли, авторы которых стремились обобщить новые явления в международной торговле, в частности быстрое развитие торговли между странами, находящимися примерно на одном уровне развития, а также между материнской компанией и ее филиалами в разных странах мира.

**2 Классическая теория сравнительных преимуществ**

Мировая экономическая наука предложила несколько объяснений выгодности международного разделения труда для всех его участников. Еще А.Смит отмечал, что если какая-либо чужая страна может поставлять товар по более дешевой цене, чем «мы сами в состоянии изготовлять его, гораздо лучше покупать его у нее на некоторую часть нашего собственного промышленного труда, прилагаемого в той области, в которой мы обладаем некоторым преимуществом».

Более строгую научную формулировку предложил Д.Рикардо. Отмечая, что «при системе полной свободы торговли каждая страна затрачивает свой капитал и труд на такие отрасли промышленности, которые доставляют ей наибольшие выгоды», он указывает, что принцип, который лежит в основе такого развития, — преследование индивидуальной выгоды, связанное с общим благом для всех». В его теории доминирующее положение занимает один фактор производства - живой труд, который свободно перемещается между двумя отраслями производства и нет особых проблем со сменой квалификации. Но в реальной экономике этот процесс осуществляется с большими сложностями и трудностями.

Структурная безработица существует во всех странах: при наличии свободных рабочих мест в прогрессирующих отраслях имеется высокий процент безработных в отраслях, испытывающих неблагоприятное воздействие НТП и иностранной конкуренции. Различные страны имеют неодинаковую обеспеченность всеми факторами производства, а не только живым трудом. Если, например, Саудовская Аравия может значительно увеличить добычу нефти, поскольку имеет огромные запасы, то Алжир таких ресурсов не имеет, хотя и расположен значительно ближе к центрам потребления.

Наибольшую известность приобрела теория, разработанная шведским ученым Э.Хекшером (1919) и обобщенная его учеником Б.Олином в 30-е годы прошлого столетия (**теорема Хекшера-Олина**). Олин считал, что различия сравнительных издержек производства связаны как с соотношением цен на факторы производства, так и со спросом и предложением товаров. Сторонники этой теории полагают, что страна будет специализироваться на производстве тех экспортных товаров, для изготовления которых имеются избыточные факторы производства. Импорт же будут составлять товары, в производстве которых внутри страны ощущается дефицит.

**3 Альтернативные теории международной торговли**

Дальнейшим развитием теории Хекшера-Олина можно считать **теорию технологического разрыва.** Если в той или иной отрасли начинают применяться технологические новшества, то тем самым страна получает сравнительные преимущества. Производя товар с меньшими, чем прежде, издержками, она может получить на мировом рынке дополнительную прибыль. Поэтому экспортеры заинтересованы в увеличении производства данного товара и его реализации на мировом рынке. Однако технологические новшества не могут быть узурпированы той или иной страной: постепенно они становятся достоянием и других стран. В результате ранее образовавшийся технологический разрыв оказывается преодоленным, а первоначальные преимущества утраченными. Тем не менее, пока разрыв существует, он оказывает позитивное воздействие на экспорт товаров, в производстве которых использованы новые технологии. Вместе с тем он стимулирует и развитие экономики страны-импортера. В первом случае имеет место своеобразная «технологическая рента», во втором — приобретается более совершенная в техническом отношении продукция, применение которой позволяет повысить эффективность экономики.

В целом теорию технологического разрыва можно рассматривать как дальнейшее развитие теории сравнительных преимуществ. Однако, как свидетельствует практика, торговля сохраняется и в случае выравнивания технологического потенциала двух стран. Поэтому поле применения этой теории оказывается суженным и теория Хекшера-Олина является корректной при некоторых допущениях и в целом подтверждается развитием мировой торговли за послевоенный период. Но она более применима к анализу внешней торговли государств с неодинаковым уровнем развития. Анализ структуры мировой торговли в 90-х гг. XX века свидетельствует о том, что некоторые развивающиеся страны - экспортеры готовой продукции, добившиеся увеличения своего присутствия на мировом рынке, смогли сделать это только за счет более низких национальных издержек производства, прежде всего трудовых.

Критики этой теории отмечают, что хотя конструкция теории отличается логичностью, проблема в том, что она основана на ряде допущений, в настоящее время далеких от действительности. Одним из основных недостатков этой теории можно считать то, что она слишком статична, в то время как во второй половине XX века мировое производство и торговля отличаются высоким динамизмом. Расчеты, произведенные американским ученым В.А.Леонтьевым, показали, что, вопреки ожиданиям, капиталоемкость импорта США, ведущей технологической державы мира, в 1947 и в 1951 гг. оказалась выше капиталоемкости экспорта. Расчеты для некоторых других стран также не подтвердили выводы теории Хекшера-Олина. В связи с этим был предпринят ряд попыток дать объяснение этому явлению, получившему название, **парадокс Леонтьева.** Указывалось, в частности, что степень внутренней мобильности факторов производства значительно ниже, чем это предполагалось теорией; что для производства одного и того же товара в разных странах могут использоваться различные комбинации факторов производства. Так, сельское хозяйство промышленно развитых стран переведено на современную технологическую базу и потому является капиталоемким, а в развивающихся странах оно все еще в значительной степени основано на ручном труде. Поэтому простое сопоставление вывозимых и ввозимых товаров без учета технологий, которые применялись для их производства, может исказить реальную картину. К тому же, вопреки предсказаниям теории, сохраняются и огромные различия в заработной плате.

В последние десятилетия XX века в направлениях и структуре международной торговли происходят существенные сдвиги, которые не всегда объясняются классической теорией МТ. Среди таких качественных сдвигов следует отметить превращение НТП в доминирующий фактор в международной торговлt, возрастающий удельный вес встречных поставок сходных промышленных товаров. Возникла необходимость учесть это влияние в теориях международной торговли. Можно выделить два направления в развитии альтернативных теорий международной торговли. Первое - это теории, авторы которых стремятся углубить концепции классической школы. Причем они концентрируют свое внимание на тех аспектах, которые не получили должного освещения в трудах их предшественников. Второе — теории, авторы которых исходят из необходимости критического переосмысления сложившегося традиционного подхода к анализу международной торговли и стремятся создать собственные оригинальные концепции.

**Теория жизненного цикла продукта** получила широкое распространение в 60-е годы, предложенная в 1966 году английским экономистом Р.Верноном. В основе этой концепции лежит идея о том, что каждый новый продукт проходит своеобразный «жизненный» цикл. Точно так же, как в живой и неживой природе можно выделить несколько фаз развития организмов и явлений, в жизни нового продукта наблюдаются фазы внедрения, быстрого роста (расширения), зрелости и старения. На первом этапе (внедрении) издержки производства нового товара относительно высоки, он доступен лишь ограниченному кругу лиц с высокими доходами, экспорт в целом незначителен. На втором этапе (рост), по мере повышения спроса на продукт (что наблюдается, если он удовлетворяет уже сформировавшиеся или потенциальные общественные потребности в первую очередь местного рынка, а затем и мирового), выпуск продукта становится серийным, издержки его производства снижаются. Объем поставляемой на экспорт продукции возрастает. Вначале спрос мирового рынка удовлетворяется поставками преимущественно из страны, в которой товар был первоначально внедрен, однако постепенно продукт начинает производиться и в других странах. С этой целью фирма-пионер может создавать филиалы, совместные предприятия, продавать различного рода лицензии. На третьем этапе (зрелости) общий объем выпуска продукции достигает максимального значения. Однако, поскольку рынок уже насыщен, дальнейшего роста производства не наблюдается. При этом зарубежные фирмы, освоившие выпуск товара, пытаются конкурировать с фирмой-пионером далее на ее внутреннем рынке. Наконец, на четвертом этапе (упадок) вследствие появления новых товаров, более полно удовлетворяющих те же потребности, спрос на первоначальный товар снижается, что приводит к сокращению его производства.

Теория жизненного цикла товара отражает некоторые реально существующие взаимосвязи в мировом хозяйстве (например, лидерство США и в меньшей мере других стран с развитой рыночной экономикой в разработке и внедрении новых продуктов), однако она может объяснить в целом достаточно ограниченный круг явлений. Так, имеется устойчивый спрос на сырьевые товары и некоторые пищевые продукты (в частности алкогольные напитки). Между тем их производство не может быть увеличено в сколько-нибудь значительных масштабах или перенесено в другие страны.

В начале 80-х гг. ХХ века П. Крюгман, К. Ланкастер и некоторые другие экономисты предложили альтернативное классическому объяснение международной торговли, основанное на так называемом **эффекте масштаба.** Суть теории эффекта заключается в том, что при определенной технологии и организации производства долговременные средние издержки сокращаются по мере увеличения объема выпускаемой продукции, т. е. возникает экономия, обусловленная массовым производством.

Согласно этой теории многие страны (в частности, промышленно развитые) обеспечены основными факторами производства в сходных пропорциях, и в этих условиях им будет выгодно торговать между собой при специализации в тех отраслях, которые характеризуются наличием эффекта массового производства. В этом случае специализация позволяет расширить объемы производства и производить продукт с меньшими затратами и, следовательно, по более низкой цене. Для того чтобы этот эффект массового производства был реализован, необходим достаточно емкий рынок. Международная торговля играет в этом решающую роль, поскольку позволяет расширить рынки сбыта. Другими словами, она позволяет сформировать единый интегрированный рынок, более емкий, чем рынок любой отдельно взятой страны. В результате потребителям предлагается больше продукции и по более низким ценам. Вместе с тем реализация эффекта масштаба, как правило, ведет к нарушению совершенной конкуренции, поскольку связана с концентрацией производства и укрупнением фирм, которые превращаются в монополистов. Соответственно меняется структура рынков. Они становятся либо олигополистическими с преобладанием межотраслевой торговли однородными продуктами, либо рынками монополистической конкуренции с развитой внутриотраслевой торговлей дифференцированными продуктами. В этом случае международная торговля все больше концентрируется в руках гигантских международных фирм, транснациональных корпораций, что неизбежно приводит к возрастанию объемов внутрифирменной торговли, направления которой часто определяются не принципом сравнительных преимуществ или различиями в обеспеченности факторами производства, а стратегическими целями самой фирмы.

Совершенно новый подход к проблемам международной торговли рассматривает американский экономист **Майкл Портер** в своем исследовании «Конкурентные преимущества стран», опубликованном в 1991 году. Он полагает, что «на международном рынке конкурируют фирмы, а не страны. Необходимо понять, как фирма создает и удерживает конкурентное преимущество, чтобы уяснить роль страны в этом процессе». В зависимости от правильного выбора конкретной стратегии фирмы будет зависеть успешное функционирование на внешнем рынке. Это наиболее интересная и современная на данном этапе теория.

Основной экономической единицей конкуренции согласно М.Портеру является отрасль, т.е. группа конкурентов, производящих сходные товары или оказывающих услуги и непосредственно соперничающих между собой. На конкуренцию в отрасли влияют следующие факторы: возможность появления новых конкурентов; возможность появления новых товаров и услуг; способность поставщиков торговаться; способность покупателей торговаться; уровень противостояния уже имеющихся конкурентов. Эти факторы влияют на то, какую позицию занимает фирма в отрасли: имеет конкурентное преимущество или нет, что сказывается на установленных фирмой ценах, расходах, капиталовложениях, а в конечном счете и на прибыльность не только самой фирмы, но и на отрасли.

Фирмы добиваются успеха и высоких результатов, если находят новые способы конкурентной борьбы в своей отрасли и выходят с ними на рынок. Это могут быть либо новые, либо изменчивые товары, либо обновленный производственный процесс, либо новый подход к маркетингу путем реализации товара и др. Фирмы, быстро реагирующие на изменения, происходящие в отрасли, на изменения структуры рынка, получают преимущество, позволяющее им снижать издержки, выбирать более выгодные каналы распространения товара и источники сырья и др. Данные принципы конкурентной стратегии могут одинаково относиться как ко внешнему, так и внутреннему рынку. Но наряду с этим международная конкуренция имеет свои особенности, которые зависят от типа отраслей. М.Портер различает два типа отраслей в зависимости от особенностей конкуренции: 1. Множественно-национальные отрасли, т.е. в международном масштабе, представляют собой совокупность национальных отраслей. Осуществление единой стратегии в подобных отраслях не представляется возможным. Примером такой отрасли могут служить сберегательные банки. 2. Глобальные отрасли, которые имеют единую область конкуренции по всему миру. Именно в таких отраслях необходимо разрабатывать не просто конкурентную стратегию, а глобальную с единым подходом к продаже продукции во многих странах.

Таким образом, теория Портера наиболее полно отражает важнейшие факторы, определяющие конкурентные преимущества той или иной страны. Для национального рынка эта классификация несущественна, но на внешнем рынке она играет ключевую роль: успеха в международной торговли добьется страна, правительство которой сосредоточит внимание на предприятиях отраслей второго типа.

Резюмируя отметим, что ни одна из теорий сегодня не утратила актуальности, просто одни в большей, а другие в меньшей степени влияют и объясняют тенденции развития современной мировой торговли. Однако следует отметить, что международная торговля в начале ХХI века существенно отличается от первой половины прошлого столетия прежде всего тем, что весьма значительная ее часть представлена внутрифирменным товарооборотом между материнскими и дочерними компаниями и филиалами крупнейших компаний. Поэтому объяснение экономической основы международной торговли на базе теории сравнительных преимуществ не дает достаточно убедительных результатов.

**Список использованной литературы**

1. **Авдокушин, Е.Ф. Международные экономические отношения**: учеб. пособие / Е.Ф.Авдокушин. - М.: Маркетинг, 2006. - 340 с.
2. Буглай, В.Б. Международные экономические отношения / В.Б.Буглай, Н.Н.Ливенцев. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 256 с.
3. Грошева, Т.А. Мировая экономика: учебное пособие / Т.А.Грошева, Ж.А.Ермушко, О.Ю.Корнева. – Томск: изд-во ТПУ, 2007. - 36 с.
4. Ломакин, В.К. Мировая экономика: Учебник для вузов / В.К.Ломакин. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 735 с.
5. Носова, С.С. Экономическая теория / С.С.Носова. - М.: КноРус, 2008. - 800 с.
6. Холопов, А.В. Теория международной торговли / А.В.Холопов. - М.: Российская политическая энциклопедия, 2000. - 80 с.