

Теории международной торговли и торговая политика *

К. Г. Бородин

Кандидат экономических наук

Теория пересекающегося спроса. В предыдущей модели в качестве одной из основных причин внутриотраслевой торговли был назван т.н. *пересекающийся спрос*, который был в 1961 году установлен шведским экономистом С.Линдером [21].

Необходимым условием экспорта товаров является насыщенный внутренний спрос. Только при этом условии товар может идти на мировой рынок. Однако оптимальный результат от экспорта может быть достигнут в торговле со страной, имеющей одинаковую или сопоставимую структуру спроса.

В соответствии с концепцией С.Линдера реальный спрос подкреплён высоким уровнем дохода, который позволяет приобретать более качественный товар. Таким образом, наибольшее пересечение структур спроса в странах-партнёрах, основанных на высоком уровне дохода, является залогом более интенсивной взаимной торговли.

Теория "жизненного цикла продукта" была разработана в 1966 году американским экономистом Р.Верноном [25]. Она построена на ассоциативном восприятии той или иной части цикла развития торговли конкретным товаром как соответствующего периода жизни у живых организмов.

К основным периодам жизни у людей принято относить: детство, юность, зрелость

и старость. По аналогии для каждого продукта существуют схожие периоды развития: внедрение, рост спроса, насыщение спроса, спад производства.

На первом этапе производство нового продукта происходит в небольших масштабах страны (как правило, в странах с развитой экономикой), и требует повышенной квалификации труда. Ограниченное производство с высокими издержками изготовления обуславливает относительно высокие цены на новый товар. Его потребление, главным образом, приходится на небольшую часть населения, которая имеет высокие доходы и готова купить новый товар сейчас, не дожидаясь последующего снижения цены.

Второй этап связан с увеличением производства и одновременным снижением цены, что способствует расширению национального спроса. В условиях роста внутренней конкуренции развивается экспорт нового товара. Впоследствии производство (за счёт передачи технологий) начинает распространяться по другим странам.

На третьем этапе происходит стандартизация технологии, способствующая использованию менее квалифицированного труда, в том числе за счёт перемещения производства в страны с дешёвой рабочей силой. В результате издержки минимизируются, и выпуск продукта достигает своего пика.

* Окончание статьи. Начало см. в журнале "Внешнеэкономический бюллетень", № 12 за 2005 год.

Четвёртый этап. Спрос на товар в развитых странах падает даже при условии снижения цены, его производство сокращается.

Несмотря на то, что теория "жизненного цикла продукта" может адекватно объяснять практические особенности развития производства многих товаров, для интерпретации международной торговли отдельными видами товаров (например, товаров с коротким жизненным циклом, с высокими транспортными расходами, широко дифференцированными по качеству и т.д.) она не подходит.

В последующих работах Р.Вернона были исследованы отдельные аспекты влияния технологического фактора на состояние международной торговли (см. [15]). В частности, изучались вопросы, создают ли технические знания или квалификация преимущества для экспортирующей страны. Для этого был определён ряд следующих отраслевых характеристик, которые в той или иной степени характеризуют технологический фактор:

- мера интенсивности неквалифицированного труда, нанятого на доллар добавленной стоимости;
- мера технологической интенсивности - учёные и инженеры как процент полной занятости;
- мера капиталоемкости, фиксированные активы как процент продаж;
- мера специализации в промежуточных товарах, выпуск, который был перемещён в другую сферу бизнеса как процент от валового выпуска;
- мера концентрации промышленности, основанная на доле крупнейших компаний;
- мера входа сырья как процент от выхода продукции.

Путём использования данных восьми стран и двух экспортирующих областей в рамках регрессионной модели была выявлена зависимость между долей страны в мировом экспорте и отдельными характеристиками. Вместе с тем, эта зависимость не была во всех

отношениях бесспорной для того, чтобы заменить общепринятое объяснение этих тенденций на основе сравнительных преимуществ.

Возможность определения взаимосвязей между применением технологий, внедрением инноваций и ростом или другими позитивными изменениями в международной торговле представляет собой весьма актуальную сферу научных исследований, в т.ч. в области торговли сельскохозяйственной продукцией. В частности, исследование Р.Эвенсона, Д.Хоука и В.Руттана [12] также было посвящено анализу взаимосвязи между изменениями в торговле бананами, рисом и сахарным тростником и ростом производительности и урожайности на основе применения интенсивных технологий.

Теория "технологического разрыва". Изучая внутриотраслевой обмен между странами, имеющими схожую экономическую структуру, американский экономист М.Познер (1961) обратил внимание на наличие определённого временного лага между производством и экспортом одинаковых изделий в различных странах. Подробное изучение проблемы привело к построению идеологической канвы для теории технологического разрыва.

Из предположения о том, что некоторое технологическое новшество, позволяющее производить товар (или товары) с меньшими издержками, появляется в одной стране, следует, что рыночный субъект, обладающий монополией на новшество, будет получать дополнительную прибыль, в т.ч. за счёт экспорта товара (или товаров). Если же речь идёт о новом продукте, то монополия на его производство будет иметь качественно иное значение, поскольку продукт может иметь огромный спрос, производитель получит добавочную прибыль.

Между странами, которые обладают и не обладают новшеством, образуется т.н. "технологический разрыв". По истечении некоторого времени технология становится известной, и другие страны начинают копировать новшество. Однако, в течение "разрыва" страна-новатор может получать дополнительную прибыль.

Таким образом, концепция "технологического разрыва" основывается на том, что при равном обеспечении стран факторами производства, развитие торговли между странами инициируют технические изменения, возникающие в одной из отраслей торгующих стран.

Г.Хафбауер осуществил творческое развитие технологических концепций, и в его работе [17] было установлено, что возраст продукта, эффект масштаба, дифференциацию продуктов можно выразить одной характеристикой - добавленной стоимостью на человека.

Теория конкурентных преимуществ. В статье "Конкурентные преимущества стран" в 1990 году [23] М.Портер предложил новый подход к анализу теории международной торговли.

В отличие от классической теории и её дополнений, объясняющих конкурентные преимущества стран на основе факторов производства: трудовых и природных ресурсов, которые имеются в достатке, теория конкурентных преимуществ ставила целью объяснить преимущества стран в масштабах современной экономики, в условиях глобализации конкуренции и отраслях с высокими технологиями.

Основой теории конкурентных преимуществ послужили исследования некоторых отраслей в десяти странах, оказывающих значительное влияние на мировой рынок. Три из них являются ведущими индустриальными державами (США, Япония, Германия). Целью работы была попытка выделить силы, формирующие основу национального конкурентного преимущества.

Для этого сначала идентифицировались отрасли, в которых национальные компании добились успеха на международном уровне. Отрасль считалась успешно функционирующей в международных масштабах, если она имела конкурентные преимущества по отношению к наиболее конкурентоспособным участникам мирового рынка.

Затем проводились исследования, связанные с зарождением отрасли в каждом из исследуемых государств и последующим

её развитием. Исследования позволили получить следующие результаты.

1. Конкурентоспособность обусловлена эффективностью компаний по использованию мощностей при производстве товаров и услуг.

2. Производительность заложена в национальном и региональном окружении страны.

3. Конкурентоспособность конкретной страны тесно увязана со способностью национальной промышленности к инновациям и модернизации.

4. В современных экономических условиях роль правительства, главным образом, состоит в создании необходимых условий для активизации деятельности компаний, и она постоянно возрастает.

В связи с тем, что до настоящего времени отсутствует не только теория, но и понятие конкурентоспособной страны [6, с.166], М. Портер в качестве основного элемента, который обуславливает конкурентоспособность на национальном уровне, называет *производительность*.

Производительность - это объем выпуска продукции, производимой единицей затраченного труда или капитала [6, с.168].

И если основная цель государства состоит в обеспечении высокого, динамично растущего уровня жизни для своих граждан, то этот уровень зависит от способности национальных компаний достигать высокого уровня производительности.

Национальные компании повышают производительность путём улучшения качества продукции, применения новых технологий и т.д.

В некоторых случаях наряду с объективными выгодами, международная торговля и иностранные инвестиции могут препятствовать росту производительности. Отрасль понесёт потери, если её производительность будет ниже, чем производительность в этой же отрасли у торгового партнера. Поэтому неспособность государства к конкуренции в отраслях с высокой производительностью и высокой заработной платой, приводит к снижению уровня жизни.

Для ответа на вопрос о конкурентоспособности на национальном уровне, были выполнены исследования на уровне отдельных отраслей и сегментов отрасли.

Компании достигают конкурентного преимущества посредством инноваций на основе внедрения новых технологий, новых методов работы. Инновации могут проявляться в дизайне продукта, в процессе производства, подходе к маркетингу, программах по повышению квалификации сотрудников. Инновации в своем большинстве представляют простые улучшения и чаще всего основаны не на крупном технологическом прорыве, а на интеграции незначительных достижений.

Детерминанты конкурентных преимуществ

1. Условия для факторов. Как следует из классической экономической теории, факторы производства (труд, капитал, природные ресурсы) определяют потоки товарооборота. В соответствии с теорией конкурентных преимуществ каждая страна с развитой экономикой должна создавать наиболее важные факторы производства – квалифицированную рабочую силу или научно-техническую базу производства. Для поддержания конкурентных преимуществ специализация фактора должна быть достаточно высокой. В этом случае конкуренты не смогут просто воспроизвести все факторы, способствовавшие приобретению конкурентных преимуществ, или сделать это им будет намного сложнее, так как для их создания потребуется время и значительно большие средства.

Стимулом к внедрению инноваций у компании должны быть активные внутренние конкуренты, а также возможность выбора высококвалифицированных специалистов.

2. Состояние спроса. Страна получает конкурентное преимущество в отраслях, в которых внутренний спрос информирует о потребностях потребителей.

Развитый внутренний спрос позволяет компаниям предугадывать потребности мирового рынка. Продвигая на между-

народный рынок собственную продукцию, компании также могут распространять систему ценностей и вкусов, принятых в своей стране.

3. Родственные и поддерживающие отрасли. Третьим источником национальных преимуществ является наличие в стране родственных и поддерживающих отраслей, конкурентоспособных на международном рынке.

В этом случае они смогут наилучшим образом обеспечить факторы производства с наименьшими затратами.

Подобное преимущество состоит в том, что родственные и поддерживающие отрасли, способные к конкуренции на международном уровне и находящиеся в той же стране, служат для компаний-потребителей источниками инноваций и модернизации.

Важным для конкурентоспособности страны (отрасли) является наличие поставщиков, преимущественно связанных с внутренними потребителями.

4. Устойчивая стратегия, структура и соперничество. Условия в странах определяют специфику создания компаний, а также характер внутренней конкуренции.

Конкурентоспособность отрасли основана на сочетании практики управления и моделей организации, свойственных этой стране, а также источников конкурентных преимуществ в отрасли.

Успехи страны в большой степени зависят от типов образования, создания личностной мотивации и предпочтений, которые выбирают её талантливые представители, где они предпочитают работать.

Цели государственных структур и система ценностей, которые страна считает приоритетными, а также престиж, окружающий некоторые отрасли промышленности, дают мощный импульс движению капиталов и способствуют привлечению трудовых ресурсов, что прямо влияет на конкурентоспособность этих отраслей.

Наиболее важным из аспектов конкурентных преимуществ М.Портер выделяет *конкуренцию на внутреннем рынке*.

Большое значение теория конкурентных преимуществ придаёт внутренней конкуренции и географической концентрации.

Внутренняя конкуренция вынуждает компании вводить новшества и совершенствоваться, улучшать качество, а также создавать новые продукты.

Географическая концентрация усиливает внутреннюю конкуренцию, приводит конкурентную борьбу на уровень её максимальной интенсивности.

Внутренняя конкуренция и географическая концентрация значительно усиливают конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынке.

Кластеры. Из практики следует, что страна редко имеет одну конкурентоспособную отрасль. В соответствии с положениями теории конкурентных преимуществ конкурентоспособные отрасли связаны между собой вертикальными (покупатель-продавец) и горизонтальными (общие потребители, технологии, каналы) связями. Одна конкурентоспособная отрасль способствует возникновению другой, и таким образом образуются кластеры.

Кластер, или промышленная группа – представляет собой географически соседствующие взаимосвязанные компании и связанные с ними организации, действующие в определенной сфере и характеризующиеся общностью деятельности и взаимодополняющие друг друга [6, с.207].

Близость между компаниями в кластере (расстояние между элементами кластера – до 200 миль) и как следствие этого – наличие тесных контактов, связей по поставкам и технологиям обуславливают интенсивный обмен информацией внутри кластера.

М.Портер подчёркивает, что незначительное количество кластеров в развивающейся экономике обуславливает стремление компаний к монополистическому поведению, которое замедляет развитие кластера. Для развивающейся (или переходной) экономики экономическая деятельность имеет тенденцию концентрироваться вокруг больших городов, что вызвано отсутствием необходимой инфраструктуры.

Иногда повышенный местный спрос способствует зарождению кластера. Например, образование кластера по производству ирригационного оборудования в Израиле было связано с намерением страны в условиях жаркого климата и ограниченных водных ресурсов перейти на самообеспечение продуктами питания.

Роль правительства согласно теории М.Портера состоит в том, что оно является катализатором деятельности компаний, подталкивает их к росту уровня конкуренции.

Стимулируя зарождение спроса на прогрессивную продукцию, правительство должно подталкивать промышленность к тому, что необходимо идти в переднем ряду технологического прогресса, устанавливать премии за качество и т.д. Правительству не следует защищать отрасль, управлять его структурой, прибегать к политическому давлению на различные компании.

В числе основных принципов, которым должно следовать правительство для оказания позитивного влияния на конкурентоспособность страны, должны быть следующие:

1. *Фокусировка на создании специализированных факторов.* Факторы, приводящие к конкурентным преимуществам, тесно привязаны к отрасли или группе отраслей и представляют собой специализированную программу обучения, университетские исследования, связанные с отраслевыми проблемами. К числу таких факторов относятся деятельность торговых объединений и инвестиции компаний.

2. *Отказ от вмешательства в факторы и валютный рынок.* Правительство не должно вмешиваться, если произошло повышение факторных издержек или обменного курса.

3. *Строгое соответствие продукта стандартам безопасности и охрана окружающей среды.* Законодательная деятельность правительства может стимулировать достижение конкурентных преимуществ путем совершенствования внутреннего спроса. В таких условиях компании повышают качество и совершенствуют технологии.

4. *Сильное ограничение прямой кооперации между соперниками в отрасли.* В

связи с тем, что самостоятельные научные исследования независимых компаний могут дублировать друг друга, компании объединяют усилия для проведения таких исследований.

Совместные проекты в этих случаях должны проводиться через независимые организации, доступ к которым имеет большинство компаний работающих в отрасли. Исследования должны относиться к базовым исследованиям продукции и производственного процесса, но не к области специфических источников конкурентных преимуществ компании.

5. Продвижение целей, ведущих к устойчивому инвестированию. Правительство должно стимулировать компании к вложениям в повышение квалификации работников, инновации, а также в материальные активы.

6. Прекращение регулирования конкуренции. Сохранение государственной монополии, контроль за инвестициями в отрасль, фиксация цен ведут к снижению конкуренции и замедлению внедрения инноваций. В результате отрасль теряет динамику и интерес для поставщиков и покупателей.

7. Проведение сильной антитрестовской политики. Эта политика должна быть наиболее сильной - в отношении горизонтальных слияний и объединений на основе сговора.

8. Отказ от зарегулированности в торговле. Торговая политика должна искать возможности создания открытых рынков во всех отраслях, в которых страна имеет конкурентные преимущества.

Общий анализ теорий международной торговли. Теория международной торговли рассматривает упрощённые аналоги экономических реалий, которые позволяют изучать отдельные аспекты международной торговли. Для этого используется тот теоретический и методический аппарат, который в наибольшей степени позволяет избегать искажений и получать результат, максимально достоверно отражающий состояние объекта исследования.

Поскольку определённый аналитический комментарий присутствовал в предшествующем кратком изложении теорий международной торговли, ниже будут сделаны следующие дополнения.

Классическая теория международной торговли. Допущением для этой теории являются то, что торговля осуществляется двумя товарами между двумя странами, а также ряд других отмеченных выше допущений. Этот вариант позволяет условно рассматривать вторую страну, как остальной мир и практически оценивать выгоды от международной торговли (изменения экспорта/импорта до и после товарообмена). Поскольку классическая модель сильно упрощена, она даёт возможность понять направление развития двусторонней торговли при наличии в странах приблизительно равных факторов и сделать общие оценки.

Развитие теории сравнительных преимуществ для расширенного ассортимента товаров позволило увязывать эффективный ассортимент производства с относительной зарплатой рабочих, тем самым находить оптимальный характер торговли (при условии приблизительно эквивалентности прочих факторов).

Значительные искажения модели сравнительных преимуществ возможны из-за отсутствия учёта транспортных расходов, тарифов (квот, барьеров), в результате развития новых технологий, в связи с различиями в мобильности факторов производства. Последнее условие является очень важным даже в рамках теории сравнительных преимуществ, т.к. перемещение трудовых ресурсов из одной отрасли в другую связано с высокими издержками по переобучению, географическому перемещению и по срокам.

Из последнего вытекает важный вывод, который необходимо учитывать при анализе большинства моделей международной торговли, - это не только мобильность факторов, но и другой фактор, который имеет очень важное значение - фактор времени.

В модели Хекшера-Олина одновременно с исходными ограничениями необходимо учитывать различия в квалификации

рабочей силы и использование в промышленном производстве капиталоемкого сырья (следствие парадокса Леонтьева).

Серьёзной проблемой для выравнивания цен на факторы как одного из наиболее важных результатов теории пропорциональных факторов, в отдельных случаях служит предположение теории Хекшера-Олина об использовании одинаковых технологий. К другим причинам, искажающим результаты, относят различия в объёмах ресурсов, действие неучтённых таможенных пошлин.

Тем не менее, модель пропорциональных факторов позволяет выполнить анализ распределения доходов, получаемых от внешней торговли.

Стандартная модель международной торговли обладает универсальными свойствами, которые позволяют проводить комбинированный анализ торговли с учётом преимуществ классической модели.

Одно из упрощающих модель предположений связано с одинаковыми потребительскими предпочтениями населения.

В частности, анализ применения инструментов регулирования внешней торговли с помощью стандартной модели показал, что применение импортных пошлин приводит к улучшению условий внешней торговли страны и к потерям других стран в международной торговле.

В случае применения экспортной субсидии национальная экономика понесёт убытки от внешней торговли и от искажения производственных и потребительских стимулов в случае, когда одна экономика экспортирует товар, импортируемый другой страной, и наоборот. Соответственно, страны остального мира получают выигрыш за счёт этого ухудшения.

На практике, когда в торговле с одной страной участвуют многие другие страны, возможен обратный результат: если одна из стран субсидирует экспорт, который конкурирует с экспортом другой страны, субсидия приведёт к убыткам страны-партнёра. Эту ситуацию хорошо иллюстрирует экспортная политика стран ЕС, которая стимулирует экспорт излишков собственной продукции за счёт экспортных субсидий.

Эффект иммобильности факторов и разной интенсивности их использования в отраслях может оказывать значительное влияние на изменение относительных цен товаров и распределение доходов. Иначе говоря, импортная пошлина улучшает в стране условия торговли (повышает цену её экспортной продукции) настолько, что даже после применения ставки пошлины, внутренняя относительная цена импортного товара будет более низкой. Таким же образом, экспортная субсидия ухудшает условия внешней торговли так, что внутренняя относительная цена экспортного товара снизится, даже несмотря на субсидии.

Этот эффект получил название *парадокса Метцлера* [4, с.140].

Теория эффекта масштаба. Одной из главных предпосылок, отличающих эту теорию от рассмотренных выше, состоит в том, что действие эффекта масштаба обуславливает *несовершенную конкуренцию*. Крупные компании получают определённое преимущество по сравнению с мелкими, вследствие чего доминирующее положение на рынке занимают одна (монополия) или несколько крупных компаний (олигополия).

Не выглядит убедительным объяснением в рамках теории современное развитие внутриотраслевой международной торговли и рост ассортимента продукции внутри отрасли.

С одной стороны, теория утверждает, что "экономия, обусловленная эффектом масштаба, делает выгодной специализацию на выпуске *ограниченного ассортимента* товаров и услуг" [4, с.145]. С другой стороны, характер рынка монополистической конкуренции предполагает преобладание на рынке ограниченного числа крупных фирм, то есть при условии ограниченного количества компаний, ориентированных на выпуск узкого набора товаров, достаточно трудно комментировать рост ассортимента только за счёт выпуска национальных производителей.

Расширение потребительского ассортимента, в соответствии с теорией, достигается за счёт роста внешнего предложения. Рост импортного ассортимента может, согласно логике теории, происходить за счёт расширения числа стран, участвующих в международном обмене с данной страной. На практике основные объёмы внутри-

отраслевого товарообмена приходится на торговлю между развитыми странами, между которыми продолжительное время существуют прочные торговые связи и число которых достаточно стабильно. Даже, допуская расширение внутриотраслевой торговли с восточно-азиатскими странами (по определению Всемирного банка - высокоразвитые азиатские экономики), довольно трудно найти аргументы в рамках теории, наблюдаемым тенденциям роста внутреннего ассортимента.

Например, автомобильные компании, которые раньше специализировались только на выпуске автомобилей определённого класса (внедорожники), в настоящее время осваивают весь класс легковых автомобилей. Внутри каждого класса компании стремятся найти свою конкурентную нишу (цена, дизайн, расход топлива, функциональное наполнение и т.д.)

Бесспорно, эффект масштаба в экономике играет важнейшую роль, однако можно предположить, что, масштаб, измеряемый только количеством одноименной продукции может быть *одним из параметров* проявления масштаба как экономической категории. Другим параметром, вероятно, является *ассортимент*, или количество наименований выпускаемой продукции, скорее всего связанных между собой в силу схожести их функционального назначения, либо по группе их потребителей и т.д.

Теория конкурентных преимуществ является одной из последних теорий, вызвавших повышенный интерес со стороны экономистов.

Эта теория охватывает широкий круг вопросов, однако к числу узловых проблем следует отнести изучение конкурентоспособности на уровне страны, отрасли, региона, компании в отраслях с высокими технологиями.

Опорные точки теории конкурентных преимуществ - это методологические формы (ромб, цепочка ценности, кластер и т.д.), оперируя которыми М.Портер выстраивает целостные теоретические конструкции.

Между тем теоретические построения во многих случаях хорошо логически обоснованы и являются следствием широкой экономической практики, однако отсутствует какая-нибудь попытка их формализации.

Во многих местах М.Портер отмечает в качестве одной из трёх краеугольных концепций теории конкурентных преимуществ - географическое положение отрасли, кластера, компании, однако, как это было замечено выше, преимущества территориально сконцентрированных компаний и отраслей раньше заметил А.Маршалл.

В ряде случаев в теории М.Портера используются элементы теории эффекта масштаба (масштаб конкуренции), необходимость различать квалификацию рабочей силы (следствие парадокса Леонтьева), затрагиваются вопросы, непосредственно касающиеся теории международной торговли, однако в изложении отсутствует преемственность, попытка согласования имеющегося теоретического опыта с положениями новой теории.

Несмотря на отсутствие ссылок, теория не противоречит, а скорее развивает основные идеи существующих теорий. Например, отсутствие в теории эффекта масштаба предпосылки о том, что одним из параметров масштаба является ассортимент продукции, в теории конкурентных преимуществ первым источником конкурентной стратегии компании является расширение товарной номенклатуры.

Теория М.Портера хорошо логически выстроена, широка по охвату затрагиваемых проблем, основана на большом аналитическом материале, рассматривает и взаимоувязывает различные уровни конкуренции.

Эта теория является синтезом теорий менеджмента, которая своей частью о конкурентном преимуществе стран выходит на уровень теории международной торговли. Несмотря на безусловный теоретический вклад, в то же время это - теория прикладного (для менеджеров) характера.

Литература:

1. Андрушина И.А. Концепции рыночной трансформации// Аграрная экономическая наука на рубеже веков: методология, традиции, перспективы развития. - М.: Энциклопедия российских деревень, 1999. с. 308-310.

2. Базылев Н.И., Гурко С.П., Базылева М.Н. Экономическая теория: Учебник. -М.: ИНФРА-М, 2003. -672 с.

3. Киреев А.П. Международная экономика. В 2-х ч. - Ч.I. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. Учебное пособие для вузов. - М.: Международные отношения, 2002. - 416 с.

4. Кругман П.Р., Обстфельд М. Международная экономика. 5-е изд. - СПб.: Питер, 2003. -832 с.

5. Курс экономической теории. Общие основы экономической теории, микроэкономика, макроэкономика, переходная экономика: Учебное пособие/ Под ред. А.В. Сидоровича. - М.: МГУ, Издательство "Дис", 1997. -736 с.

6. Портер М. Конкуренция. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. - 496 с.

7. Экономика: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп./ Под ред. проф. А.С.Булатова. -М.: Экономистъ, 2003. -896 с.

8. Экономическая теория/ Под ред. А.И.Добрынина, Л.С.Тарасевича, 3-е изд. - СПб: Изд. СПбГУЭФ, Изд. "Питер", 2002. - 544 с.

9. Armington P. A Theory of Demand for Products Distinguished by Place of Production// IMF Staff Papers. 1969. XVI. p. 159-176.

10. Balassa B. Tariff Reductions and Trade in Manufactures among the Industrial Countries// American Economic Review. June 1966. p. 466-473.

11. Bowen H., Leamer E., Sveikauskas L. Multicountry, multifactor tests of the factor abundance theory// American Economic Review. 1987. 77(5). p.791-809.

12. Evenson R., Houck J., Ruttan V. Technical Change & Agricultural Trade: Three Examples - Sugarcane, Bananas and Rice// The Technology Factor in International Trade/ edited by R.Vernon - New York and London: National Bureau of Economic Research. Columbia University Press, 1970. p.415-480.

13. Grubel H. Intra-Industry Specialization and the Pattern of Trade// Canadian Journal of Economics and Political Science. 1967. XXXIII, August. p.374-388.

14. Grubel H., Lloyd P. The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade// Intra-Industry Trade/ edited by Peter J.Lloyd and Herbert G.Grubel - Cheltenham (UK): An Elgar Collection, 2003.

15. Gruber W., Vernon R. The Technology Factor in a World Trade Matrix// The Technology Factor in International Trade/ edited by R.Vernon - New York and London: National Bureau of Economic Research. Columbia University Press, 1970. p. 233-271.

16. Helpman E. International Trade in the Presence of Product Differentiation, Economies of Scale and Monopolistic Competition: A Chamberlin-Heckscher-Ohlin Approach// Journal of International Economics. 1981. 11. p. 305-340.

17. Hufbauer G. The Impact of National Characteristics & Technology on the Commodity Composition of Trade in Manufactured Goods// The Technology Factor in International Trade/ edited by R.Vernon - New York and London: National Bureau of Economic Research. Columbia University Press, 1970. p. 145-222.

18. Krugman P. Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade// Journal of International Economics. 1980. 10. p. 151-175.

19. Lancaster K. Intra-Industry Trade under Perfect Monopolistic Competition// Journal of International Economics. 1979. 9(4), November. p. 469-479.

20. Leontief W. Domestic Production and Foreign Trade: The American Capital Position Re-examined. Proceedings of the American Philosophical Society, September 1953, 97(4), p.332-349.

21. Linder S. An Essay on Trade and Transformation. - New York and Stockholm: John Wiley and Sons, and Almquist and Wiksell, 1961.

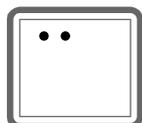
22. Lloyd P., Grubel H. Introduction// Intra-Industry Trade/ edited by Peter J.Lloyd and Herbert G.Grubel - Cheltenham (UK): An Elgar Collection, 2003. p. xiii-xxv.

23. Porter M. The Competitive

Advantage of Nations. London: Macmillan. 1991.

24. Posner M. International Trade and Technical Change// Oxford Economic Papers. 1961 October, p. 323-341.

25. Vernon R. International Investment and International Trade in the Product Cycle/ / Quarterly Journal of Economics, 1966 May, p. 190-207.



И.В. Долгова, Ю.П. Зуев, А.А. Малышев

Введение в психологию внешней торговли

- *М.: ВАВТ, 2005. - 487 с.*

Эта книга, написанная преподавателями ВАВТ И.В. Долговой, Ю.П. Зуевым и А.А. Малышевым, посвящена проблемам психологии бизнеса во внешней торговле. В этом состоит уникальность книги. Это в сущности, как справедливо отмечается авторами, "путеводитель по сложному и многоводному руслу реки" свободного предпринимательства в условиях острой конкуренции на рынках международного бизнеса.

Необычность книги состоит также в том, что она повествует о серьезных вещах в доступной и увлекательной форме. Каждый раздел начинается с эпиграфа. Книга открывается так: "На въезде в Бангалор (индийская "Силиконовая долина") возвышается огромный рекламный щит. В центре плаката ... *шляпа (!?)* Под ней подпись: *"Самая неосвоенная территория в мире находится под ТВОЕЙ ШЛЯПОЙ!"*

Достаньте книгу и прочитайте. Узнаете много нового и совершенно необходимого для современного внешнеторговца.

Книга состоит из трех частей, которые в свою очередь делятся на главы. После каждой главы (а их в книге четырнадцать) имеются краткие выводы и, что очень необычно, "Вопросы для размышления и самоконтроля" (!). После каждой части приводится список использованной и рекомендуемой литературы. Весьма интересны приложения (их одиннадцать).

Если не удалось приобрести книгу в личное пользование, с нею можно ознакомиться в библиотеке ВАВТ.
