



ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БИЗНЕС. ЖАҢАНДЫҚ НАРЫҚТАҒЫ БӘСЕКЕ

Халықаралық сауда теориясы 2-бөлім

3-тарау. Халықаралық сауда мен инвестициялық орта



Кітап: Халықаралық бизнес. Жаһандық нарықтағы бәсеке

Тарау: 3. Халықаралық сауда мен инвестициялық орта

Дәріс: 8. Халықаралық сауда теориясы

Жаңа сауда теориясы

Жаңа сауда теориясы 1970-жылдарда бірқатар экономистер тарапынан фирмалардың үлкен масштабқа жету қабілеті халықаралық саудаға маңызды әсер етуі мүмкін екендігін атап өткенде пайда бола бастады. Масштаб үнемділігі өндірістің үлкен көлемімен байланысты бірлік шығындарын қысқарту болып табылады. Ол айтарлықтай көлемде тіркелген шығындарды тарату мүмкіндігімен бірге, сондай-ақ ірі көлемді өндірушілердің аз мамандандырылған қызметкерлер мен жабдықтарға қарағанда білікті мамандар мен жабдықтарды пайдалану қабілеттіліктері сияқты бірқатар дереккөздерге ие. Масштаб үнемділігі компьютерлік бағдарламадан автокөліктерге дейін және фармацевтикадан аэроғарышқа дейінгі көптеген салаларда шығындарды азайтудың негізгі көзі болып табылады. Жаңа сауда теориясы екі маңызды мәселені шешеді: біріншіден, оның масштабтағы үнемділікке әсер ету ықпалы арқылы сауда тұтынушыларға қол жетімді тауарлардың алуан түрлігін көбейте алады және осы тауарлардың орташа құнын төмендетеді. Екіншіден, масштаб үнемділігіне жету үшін қажетті өндірістің жалпы әлемдік сұранысының айтарлықтай үлесі болып табылатын салалардағы жаһандық нарық кәсіпорындардың аз ғана бөлігін қолдай алады. Осылайша, әлемдік саудада белгілі бір өнімдерді сатуда нарыққа бірінші кезекте кірген елдер басым болуы мүмкін.

Өнімнің алуан түрлілігін кеңейту және шығындарды азайту

Алдымен көзіңізге саудасыз әлемді елестетіңіз. Елде өндірілетін тауарлардың алуан түрлілігінде масштаб үнемділігі мен өндіріс ауқымдары маңызды болатын салалары нарықтың өлшемімен шектеледі. Егер ұлттық нарық үлкен көлемде болмаса, өндірушілерге белгілі бір өнімдер үшін масштаб үнемділігін жүзеге асыруда сұраныс жеткілікті болмауы ықтимал. Тиісінше, бұл өнімдер өндірілмеуі мүмкін, осылайша тұтынушыларға қол жетімді өнімдердің түрлері шектеулі болады. Олар аз мөлшерде балама негізінде өндірілсе мүмкін, бірлік шығыны мен бағасы масштаб үнемділігі жүзеге асқан кездегімен салыстырғанда әлдеқайда жоғары болады.

Енді ұлттар бір-бірімен сауда жасаған кезде не болатынын қарастырайық. Жеке ұлттық нарықтар үлкен әлемдік нарыққа біріктіріледі. Сауда көлеміне байланысты нарықтың көлемі кеңейе түскен сайын, жеке фирмалар ауқымды үнемділікке қол жеткізе алады. Жаңа сауда теориясына сәйкес әрбір ұлт сауда болмаған жағдаймен салыстырғанда өздері шығармайтын басқа елдердің тауарларын сатып алу арқылы тар ассортимент өнімдеріне мамандануы мүмкін. Бұл іс-әрекет арқылы әр ел тұтынушыларға қол жетімді тауарлардың алуан түрлерін көбейте алады және осы тауарлардың шығындарын азайтады. Осылайша, сауда ресурстық қорлар немесе технологиялар бойынша ерекшеленбейтін елдер үшін өзара пайда табу мүмкіндігін ұсынады.

Масштаб үнемділігі, алғашқы кіргендердің артықшылықтары және сауда үлгісі

Жаңа сауда теориясының екінші тақырыбы әлемдік экономикада байқалатын сауда үлгісі масштаб әсері мен алғашқы кіргендердің артықшылықтар экономикасы нәтижесінде болуы мүмкін. Алғашқы кіргендердің артықшылықтары болып бұл салаға ерте кірген үміткерлердің экономикалық және стратегиялық артықшылықтары жатады. Ауқымды экономиканы кейінгі үміткерлерден алып қалу, соған қоса шығындар құрылымын төмендету мүмкіндігі алғашқы кіргендердің артықшылықтары болып табылады. Жаңа сауда теориясы масштабтық үнемділігі маңызды және әлемдік сұраныстың айтарлықтай үлесі болып табылатын өнімдер үшін өнеркәсіптегі алғашқы көшбасшылар ауқымға негізделген баға артықшылықтарына ие бола алады, ал кейінгі үміткерлер ондай бағаға қол жеткізе алмайды. Осылайша, осындай өнімдерге қатысты сауда үлгісі бірінші жабдықтаушылардың артықшылықтарын көрсетуі мүмкін.



Кітап: Халықаралық бизнес. Жаһандық нарықтағы бәсеке

Тарау: 3. Халықаралық сауда мен инвестициялық орта

Дәріс: 8. Халықаралық сауда теориясы

Белгілі бір тауарларды экспорттауда елдер басымдыққа ие болады, өйткені олардың масштаб үнемділігі олардың өндірісінде маңызды және осы елдерде орналасқан фирмалар нарыққа кіргендердің алғашқыларының бірі болғандықтан олар ауқымды экономикаларды жаулап алады.

Жаңа сауда теориясының салдары

Жаңа сауда теориясының маңызды салдары бар. Теория бойынша ел ресурстар немесе технологиялармен ерекшеленбесе де, саудадан пайда табады деп болжайды. Сауда ұлтқа басқа елдерден өнімдерді өндіруге маманданған өздері шығармайтын тауарларды сатып алуға және белгілі бір өнімді өндіруде мамандануға, ауқымды үнемділікке қол жеткізуге және сол өнімдерді өндіру шығындарын төмендетуге мүмкіндік береді. Бұл тетік арқылы әрбір ұлтта тұтынушыларға қол жетімді өнімдердің саны арта түседі, ал бұл өнімдердің орташа бағасы төмендей бастайды және басқа тауарлар мен қызметтерді өндіру үшін ресурстар босатылады.

Теория, сондай-ақ, елдің осы игілікті өндіру үшін бір немесе бірнеше фирмалардың бастапқыларының бірі болғаны себебінен экспортқа басым бола алады деп болжайды.

Ұлттық бәсекелестік артықшылығы: Портердің гауһар тасы

Гарвардтың танымал профессоры Майкл Портер халықаралық сауда туралы көп жазған. Портер және оның командасы 10 елдің 100 саласын қарап шықты. Жаңа сауда теоретиктерінің жұмысы сияқты Оның жұмыстары халықаралық сауданың қолданыстағы теориялары тарихтың тек бір бөлігін ғана айтқан деген сеніммен болды. Ол үшін маңызды мәселе болып мемлекеттің белгілі бір салада халықаралық табысқа жетуінің себебін түсіндіру. Неліктен Жапония автомобиль өнеркәсібінде жақсы жұмыс істейді? Неліктен Швейцария жоғары дәлдік құралдар мен фармацевтикалық дәрі-дәрмектерді өндіру мен экспорттау бойынша табысты? Неліктен Германия мен АҚШ химия өнеркәсібінде соншалықты жақсы жұмыс істейді? Портердің айтуынша, ұлттың төрт кең анықтаушы отандық фирмалардың бәсекелесетін ортасын қалыптастырады және бұл анықтауыштар бәсекелестік артықшылығын тудырады немесе кедергі етеді. Бұл анықтауыштар келесідей:

Өндірістік факторлар – осы салада бәсекеге қабілеттілікті қажет ететін білікті еңбек күші немесе инфрақұрылым сияқты өндірістегі факторлардағы елдің алатын орны.

Сұраныс талаптары – саланың өніміне немесе қызметіне отандық сұранысының сипаты.

Байланысқан және қосалқы салалар – халықаралық деңгейде бәсекеге қабілетті жеткізуші салалардың болуы немесе болмауы.

Фирмалық стратегия, құрылым және бәсекелестік – компаниялардың қалай құрылғанын, ұйымдастырылғанын және басқарылатындығын және отандық бәсекелестіктің сипатын анықтайтын шарттар.

Портер бұл төрт анықтауыш гауһар тасты құрайды деп санайды. Оның айтуынша, анықтауыштар қолайлы болған жерде фирмалар сегменттерде немесе өнеркәсіп сегменттерінде табысқа жетеді. Сонымен қатар ол гауһар тас бірін-бірі өзара толықтыратын жүйе екенін айтады. Бір анықтауыштың әсері басқалардың жағдайына байланысты болады.

Өндірістік факторлар

Өндірістік факторлар Хекшер-Олин теориясының негізінде жатыр. Портер түбегейлі жаңа нәрсе ұсынбаса да, ол өндіріс факторларының сипаттамаларын талдайды. Ол негізгі және күрделі факторларды (мысалы коммуникациялық инфрақұрылым, күрделі және білікті еңбек күші, зерттеу мекемелері және технологиялық ноу-хау) ажыратып, олардың арасындағы



Кітап: Халықаралық бизнес. Жаһандық нарықтағы бәсеке

Тарау: 3. Халықаралық сауда мен инвестициялық орта

Дәріс: 8. Халықаралық сауда теориясы

иерархияларын мойындайды. Күрделі факторлар бәсекелестік артықшылықтар үшін ең маңыздысы екенін айтады. Табиғи негізгі факторлардан айырмашылығы, күрделілері жеке тұлғалар, компаниялар және үкіметтердің инвестицияларының нәтижесінен туындайды. Осылайша, халықтың жалпы білімі мен білім деңгейін көтеру және жоғары оқу орындарында алдыңғы қатарлы зерттеулерді ынталандыру арқылы орта білімге салынған мемлекеттік инвестициялар елдің күрделі факторларын жаңарта алады.

Сұраныс талаптары

Портер бәсекелестік артықшылығын жоғарылатуда отандық сұраныстың рөлін атап көрсетеді. Фирмалар, әдетте олардың ең жақын тұтынушыларының қажеттіліктеріне аса сезімтал болады. Осылайша, ішкі сұраныстың сипаттамалары отандық өндірістің анықтауыштарын қалыптастыруда және инновациялар мен сапаға қысым жасауда аса маңызды болады. Ол отандық фирмалардың ішкі тұтынушылары күрделі және талап қойғыш болса, олар бәсекеге қабілетті артықшылықтарға ие бола алатындығын дәлелдейді. Мұндай тұтынушылар жергілікті фирмалардан өнім сапасының жоғары стандарттарға сай болуына және инновациялық өнімді шығаруға талап етеді. Мысалы, Портердің айтуынша, Жапонияның фотоаппарат сатып алушылары жапондық фотокамера индустриясының өнім сапасын жақсартуға және инновациялық модельдерді енгізуге ынталандырды.

Байланысқан және қосалқы салалар

Өнеркәсіптегі ұлттық артықшылықтың үшінші кең анықтауышы болып халықаралық бәсекеге қабілетті жабдықтаушылардың немесе тиісті салалардың болуы табылады. Байланысқан және қосалқы салалар бойынша өндірістің күрделі факторларына салынған инвестициялардың артықшылықтары өнеркәсіпке құйылады, осылайша ол халықаралық деңгейде бәсекелестікке қабілетті позицияға жетуге көмектеседі.

Осы процестің бір салдары болып елдегі табысты салалардың кластерлерге байланысты топтастырылғаны жатады. Бұл Портер зерттеуінің ең кең тараған қорытындыларының бірі болды. Мұндай кластерлердің біреуі неміс тоқыма және киім секторында анықталды, оған жоғары сапалы мақта, жүн, синтетикалық талшықтар, тігін машинасының инелері және тоқыма машиналарының кең спектрі кірді. Мұндай кластерлердің маңыздылығы өте зор, өйткені құнды білім географиялық кластердегі фирмалар арасында орын алып, барлық қатысушылар тараптарына пайда әкеледі. Білім ағындары қызметкерлер аймақтағы фирмалар арасында ауысып жүрсе және ұлттық салалық қауымдастық әртүрлі компаниялардағы қызметкерлерді үнемі конференцияларға немесе семинарларға біріктірсе, пайда болады.

Фирмалық стратегия, құрылым және бәсекелестік

Портер үлгісіндегі ұлттық бәсекелестік артықшылығының төртінші анықтауышы – ұлттың ішіндегі фирмалардың стратегиясы, құрылымы және бәсекелестігі. Ол бұл жерде екі маңызды жағдайға мән бөледі. Біріншісі әртүрлі елдер оларға ұлттық бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыруға көмектесе алатын немесе көмектесе алмайтын әртүрлі басқару идеологияларымен ерекшеленеді. Екінші жағдай – мықты отандық бәсекелестер мен саладағы бәсекеге қабілеттілік артықшылықтарын құру және сақтап қалу арасындағы байланыс. Ішкі отандық бәсекелестік фирмаларды тиімділіктерін арттыру жолдарын іздестіруге ынталандырады, бұл оларды жақсырақ халықаралық бәсекелестерге айналдырады. Отандық бәсекелестік инновацияға, сапаны жақсартуға, шығындарды азайтуға және озық факторларды жетілдіруге инвестиция салуға қысым жасайды. Осының бәрі әлемдік деңгейдегі бәсекелестерді құруға көмектеседі.



Кітап: Халықаралық бизнес. Жаһандық нарықтағы бәсеке

Тарау: 3. Халықаралық сауда мен инвестициялық орта

Дәріс: 8. Халықаралық сауда теориясы

Портер теориясын бағалау

Портер белгілі бір салада ұлттың халықаралық табысқа қол жеткізуі дәрежесі өндіріс факторларының, ішкі сұраныс талаптарының, байланысты және қосалқы салалардың және отандық бәсекелестіктің бірлескен әсерінің функциясы болып табылады деп айтады. Ол әдетте бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін бұл гауһар тастың барлық төрт компоненттің болуы шарт деп пайымдайды. Сондай-ақ, үкімет гауһар тастың төрт құрамдас бөліктерінің әрқайсысына оң немесе теріс әсер етуі мүмкін деп санайды. Өндірістік факторларға субсидиялар, капитал нарықтарына қатысты саясат, білімге қатысты саясат және т.б. әсер етуі ықтимал. Үкімет ішкі сұранысты жергілікті өнім стандарттарына немесе сатып алушылардың мұқтаждығына әсер ететін ережелерге сәйкес қалыптастыра алады. Оның саясаты байланысты және қосалқы салаларға, сондай-ақ фирмалардың бәсекелестіктеріне капитал нарығын реттеу саясаты, салық және монополияға қарсы заңдар сияқты тетіктер арқылы ықпал ете алады. Егер Портердің ойы дұрыс болса, онда біз нақты әлемде байқап отырған халықаралық сауда үлгісін болжай аламыз. Елдер гауһар тастың барлық төрт компоненті бар және қолайлы болып табылатын салалардың өнімдерін экспорттау керек, ал компоненттер жеткіліксіз жерлердің тауарларын импорттау қажет. Ол дұрыс айтты ма? Біз оны білмейміз. Портердің теориясы егжей-тегжейлі эмпирикалық тексерулерге ұшыраған жоқ. Теорияда көп нәрсе шындыққа сай, бірақ жаңа сауда теориясы, салыстырмалы артықшылықтар теориясы мен Хекшер-Олин теориялары туралы да солай айтуға болады. Мүмкін, бір-бірін толықтыратын осылардың әрқайсысы халықаралық сауда үлгісі туралы түсініктеме бере алатын шығар.

Орналасқан жері

Біз талқылаған теориялардың көпшілігінің негізінде әртүрлі елдердің әртүрлі өнімді қызметте ерекше артықшылықтары бар екендігі туралы түсінік бар. Осылайша, пайда көзқарасынан қарастырсақ, халықаралық сауда теориясына сәйкес елдер қызметтерін ең тиімді орындай алатын өндірістік қызметтерімен анықталулары тиіс. Егер де Францияда жобалау ең тиімді түрде жасалатын болса, онда жобалау объектілері сол елде орналасуы керек; егер де Сингапурда негізгі компоненттер өндірісі ең тиімді жасалатын болса, онда олар сол елде өндірілуі тиіс; ал түпкілікті жинақтау Қытайда ең тиімді түрде орындалса, онда сол елде түпкілікті жинақтау жасалуы қажет. Нәтижесінде өнімді әрекеттердің ғаламдық желісі туады, салыстырмалы артықшылықтарына және өндіріс факторларына сәйкес түрлі іс-шаралар әлемнің түрлі жерлерінде орындалады. Егер фирма бұны жасамаса, ол осылай жасайтын басқа фирмаларға қатысты қолайсыз бәсекелестік жағдайға тап болуы мүмкін.

Бірінші қатысушылардың артықшылықтары

Жаңа сауда теориясына сәйкес белгілі бір жаңа өнімді шығаруда бірінші қатысушылардың артықшылықтарын орнататын фирмалар кейінірек бұл өнімді өндіруде әлемдік саудада басым болады. Бұл әлемдік аэроғарыштық нарық сияқты фирмалардың тек шектеулі санын ғана қолдайтын өнеркәсіп салаларында рас, сондай-ақ аз шоғырланған салаларда ерте міндеттемелердің болуы да маңызды болып көрінуі мүмкін. Жеке фирма үшін бұл жаңа кәсіпорынның бірнеше жылдар бойы шығындардың пайда болуына қарамастан бірінші немесе ерте кірушілер артықшылықтарын қалыптастыруда айтарлықтай қаржылық ресурстарды инвестициялайтыны анық. Идеяның негізі сұранысқа басқаларынан қарағанда бірінші ие болу, көлемі бойынша шығындардың артықшылықтарын алу, кейінгі бәсекелестер алдында тұрақты бренд құру, демек, ұзақ мерзімді тұрақты бәсекелестік артықшылығын қалыптастыру болып табылады.



Кітап: Халықаралық бизнес. Жаһандық нарықтағы бәсеке

Тарау: 3. Халықаралық сауда мен инвестициялық орта

Дәріс: 8. Халықаралық сауда теориясы

Мемлекеттік саясат

Халықаралық сауда теориясы халықаралық бизнеске де маңызды, өйткені фирмалар халықаралық сауда алаңында негізгі ойыншылар болып табылады. Бизнес фирмалар экспортты, сонымен қатар олар басқа елдердің өнімдерін импорттауды жүзеге асырады. Халықаралық саудада алған маңызды рөлдеріне орай, бизнестер еркін сауданы немесе саудалық шектеулерді ынталандыру арқылы мемлекеттік сауда саясатына қатты әсер ете алады. Халықаралық сауда теориялары еркін сауданы ынталандыруы, әдетте, елдің мүдделеріне сай болады, бірақ ол жеке фирмалардың әрдайым мүдделерінде болмауы мүмкін. Көптеген фирмалар осыны түсіне отырып, ашық нарықта қолпаштайды.

Портердің теориясы фирманың өндірістің күрделі факторларын инвестициялауға және зерттеулер мен жобалауға деген ұмтылысын арттыруды меңзейді. Сондай-ақ бизнес үкіметтің ұлттық гауһар тастың әр компонентіне қолайлы әсер ететін саясатты қабылдауға ынталандыруын лоббилендіруге мүдделі. Осылайша, Портердің айтуынша, бизнес үкіметті білім беруді, инфрақұрылымды және негізгі зерттеулерді инвестициялауды ұлғайтуын ынталандыру қажет және ішкі нарықтарда күшті бәсекелестікті күшейтетін саясатты қабылдауы керек.

Қорытынды кейс

Транс Тынық мұхиттық әріптестігі (ТТМӘ). 2016 жылдың 4-ақпанында 12 үкімет министрлері АҚШ, Жапония, Австралия, Оңтүстік Корея, Чили, Канада, Мексика және Вьетнамды қоса алғанда 12 елдің арасында еркін сауда туралы келісіміне қол қойды. Қытай мәміленің бөлігі болмады. Осы елдер бірге әлемдік ЖІӨ-нің 36%-ын және әлемдік сауданың 26%-ын құрайды. Америка Құрама Штаттарында мәміленің сыншылары тез арада өз қарсылықтарын тіркеді. АҚШ-тың президенті Дональд Трамп «ТТМӘ – бұл жаман мәміле» деп айтады. Жетекші демократиялық үміткерлердің бірі Берни Сандерс бұл мәмілені «апатты» және «Уолл-стрит пен басқа да ірі корпорациялардың жеңісі» деп атады. Көптеген басқа саясаткерлер 2016 жылы Америка Құрама Штаттарда жалпы сайлау жылы болғандығынан қауіптеніп, мәмілені сынап бастады. Екінші жағынан, Барак Обаманың әкімшілігі ТТМӘ-ні тарихи маңызды мәміле деп жариялады. The Wall Street Journal және The Economist сияқты беделді басылымдардағы редакциялар АҚШ конгресін мәмілені ратификациялауға шақырды.

Мәміле не істей алады? Қабылданған жағдайда ТТМ-ның 12 мүше елдер арасындағы сауда квотасы сияқты 18 мыңға жуық тарифтерді, салықтар мен басқа да кедергілерді азайтады немесе алып тастайды. Нарыққа қолжетімділікті кеңейту және тұтынушыларға бағаны төмендету арқылы экономистер бұл мәміле ТТМ елдері арасында экономикалық өсу қарқынын арттыруға және 2025 жылға қарай әлемдік ЖІӨ-ге 285 миллиард АҚШ долларын қосуды ұсынады. АҚШ-та қазірдің өзінде тарифтік кедергілер өте төмен, көбінесе тарифтің төмендеуі басқа елдерде орын болады.

АҚШ ауылшаруашылығы бұл мәміленің ірі бенефициары болады. ТТМ Америка Құрама Штаттары өндірісте салыстырмалы артықшылыққа ие америкалық құс өнімдері мен жемісіне импорттық тарифтерді 40, ал сояға 35%-ға дейін төмендетеді. Америкалық ірі астық экспорттаушысы және ет өндірушісі Cargill Inc. заң шығарушыларға пактіні қолдауға шақырды. АҚШ-тың бірқатар ірі, тиімді өндірушілері келісімге қолдау көрсетті, бұл АҚШ-тың ТТМ елдеріне машина жабдықтарын экспорттауға мүмкіндік беретін импорттық тарифтерді 59%-ға дейін алып тастайды. Елдің ең ірі экспорттаушы Boeing компаниясы бұл мәміле оған түсімнің 70%-ын алатын шетелде бәсекеге қабілетті болатынын мәлімдеді. Бірнеше технологиялық компаниялар, соның ішінде Intel, мәмілеге қолдау білдірді, бұл ТТМ елдерге ақпараттық және коммуникациялық технологияларды сатуда импорттық салықты 35%-ға дейін төмендетеді.

Екінші жағынан, кейбір америкалық компаниялар Конгресті мәмілеге қарсы дауыс беруге шақырды. Ford келісімге қарсы болды, себебі ол жапон жеңіл автомобильдерінің АҚШ-қа кіргізу импортының 2,5% және жеңіл жүк көліктері импортының 25%-дық тарифін қысқартады, келісім бойынша бұл тарифтер 30 жылдан кейін бірте-бірте тоқтатылады. Кәсіподақтар мәмілеге қатты қарсылық білдірді, бұл АҚШ-та жұмыс орындарын одан әрі жоғалтуға әкеліп соғатындығын және еңбекақының төмендеуіне әкелетінін айтады. Philip Morris темекі компаниясы шетелдік



Кітап: Халықаралық бизнес. Жаһандық нарықтағы бәсеке

Тарау: 3. Халықаралық сауда мен инвестициялық орта

Дәріс: 8. Халықаралық сауда теориясы

компанияларының өнімдерін сатуға арналған логотиптерін және брендтерін пайдалануына тыйым салатын темекіге қарсы компанияларға шаралар қолдануына кедергі келтіретіндіктен, келісімге қарсы болды. Бірнеше ірі дәрі-дәрмектік компаниялар мәмілеге қарсы болды, себебі олар жаңа биотехнологиялық өнімдерді бәсекелестерден бұрынғыдай 12 жыл емес, 5 жыл бойы қорғайды.

Түйін

Бұл дәрісте елдің халықаралық саудаға қатысуының неге пайдалы екендігін түсіндіретін және әлемдік экономикада байқалатын халықаралық сауданың үлгісін түсіндіретін бірқатар теориялар қарастырылды. Смит, Рикардо және Хекшер-Олин теориялары еркін сауда үшін шексіз жағдайларды жасайды. Керісінше, меркантилистік ілім мен жаңа сауда теориясын субсидиялау арқылы экспортты ынталандыру және тарифтер мен квоталар арқылы импортты шектеудегі мемлекеттік араласуды қолдау ретінде түсіндіруге болады. Халықаралық сауда үлгісін түсіндіруде бұл мәселе туралы осы бөлімде үнсіз қалған меркантилизмді қоспағанда, әртүрлі теориялар негізінен қосымша түсініктемелер ұсынады. Бірде-бір теория халықаралық сауданың айқын үлгісін түсіндіре алмайды. Тек салыстырмалы артықшылықтар, Хекшер-Олин, өнімнің өмірлік циклі, жаңа сауда теориясы және Портердің ұлттық бәсекелік артықшылығын жасау теориялары бірігіп қай факторлардың маңызды екенін түсіндіреді. Салыстырмалы артықшылықтар теориясы өнімнің алуан түрлілігі маңызды екенін көрсетеді; Хекшер-Олин теориясы бізге өндіріс факторлары маңызды деп айтады; өнімнің өмірлік цикл теориясы жаңа өнім енгізілген орын маңыздылығын айтады; жаңа сауда теориясы мамандандыруға қатысты қайтарымдардың өсуі және бірінші кіргендердің артықшылықтары маңызды деп нұсқайды; Портер барлық осы факторлар ұлттық гауһар тастың төрт құрамдас бөлігіне әсер еткен кезде маңызды болу мүмкіндігін айтады. Дәрісте келесідей пункттер қарастырылды:

1. Меркантилистердің пікірінше, сауда балансының оң сальдо артықшылығын іске асыру елдің мүддесінде. Олар сауданы нөлдік сомалық ойын ретінде қарастырды, онда бір елдің пайдасы басқа елдерге шығын әкелді.

2. Абсолютті артықшылықтар теориясы елдердің тауарларды тиімді өндіру қабілетіне қарай ерекшеленетінін көрсетеді. Теорияда ел абсолютті артықшылықтары бар тауарларды өндіруге мамандануы тиіс және сол тауарларды экспорттауы, ал басқа елдердің абсолютті артықшылықтары бар тауарларды импорттауы керек деп айтады.

3. Салыстырмалы артықшылықтар теориясы бойынша бұл өнімді тиімді шығаратын тауарларды өндіруге мамандану және тиімді шығармайтын тауарларды тіпті басқа елдерден алса да сатып алуды пайымдайды.

4. Салыстырмалы артықшылықтар теориясы еркін сауда шексіз болуы әлемдік өндірістің ұлғаюына әкеледі, яғни сауда оң соммалық ойын болып табылады деп тұжырымдайды.

5. Бұл теория елді еркін саудаға шығару саудадан серпінді дамып келе жатқан экономикалық өсуді ынталандырады деп мәлімдейді. Эмпирикалық зерттеулер осы тұжырымды дәлелдейді.

6. Хекшер-Олин теориясы халықаралық сауданың үлгісі түрлі өндіріс факторларындағы айырмашылықтармен анықталады деп пайымдайды. Ол елдер өндіріс факторлары жергілікті тұрғыда интенсивті пайдаланатын тауарларды экспорттайды, ал жеткіліксіз жергілікті факторлар тауарларын импорттайды деп болжайды.

7. Өнімнің өмірлік цикл теориясы жаңа өнім енгізілген орын сауда белгілеріне әсер ететінін көрсетеді. Интеграцияланған әлемдік экономикада өнімнің өмірлік цикл теориясы бір кездері болғаннан болжамдылығы аз.

8. Жаңа сауда теориясы бойынша сауда халыққа белгілі бір тауарларды өндіруде мамандануға, ауқымды үнемділікке қол жеткізуге және сол тауарларды өндіру шығындарын төмендетуге және басқа елдердің мамандандырылған өнімдерін, бірақ отандық фирмалар өндірмейтін тауарларды сатып алуға мүмкіндік береді. Бұл тетік арқылы әрбір ұлттың тұтынушыларына қол жетімді тауарлардың саны арта түседі, ал осы тауарлардың орташа құны төмендейді.



Кітап: Халықаралық бизнес. Жаһандық нарықтағы бәсеке

Тарау: 3. Халықаралық сауда мен инвестициялық орта

Дәріс: 8. Халықаралық сауда теориясы

9. Жаңа сауда теориясы, сондай-ақ масштаб бойынша елеулі үнемділік әлемдік нарықтың тек бірнеше фирманы қолдайтындығын білдіреді, белгілі бір өнімді экспорттауда елдердің басым болуының себебі оларда бұл салаға бірінші кірген қозғалтқыш күштер болғанында.

10. Кейбір жаңа сауда теоретиктері стратегиялық сауда саясаты туралы идеяны көтерді. Үкімет субсидияларды күрделі және тиімді қолдануы арқылы отандық фирмалардың жаңадан пайда болған өндірістегі бірінші көшбасшы болу мүмкіндігін арттыра алады.

11. Портердің ұлттық бәсекеге қабілетті артықшылықтар теориясы сауда құрылымына ұлттың төрт анықтауышы әсер етеді: (a) өндіріс факторлары, (b) ішкі сұраныс талаптары, (c) байланысты және қолдаушы салалар; және (d) фирмалық стратегия, құрылым және бәсекелестік.

12. Халықаралық сауда теориясы жеке бизнес фирмасы үшін маңызды, себебі олар фирманың әртүрлі өндіріс орындарын қайда орналастыру керектігін шешуге көмектесуі мүмкін.

13. Халықаралық саудаға қатысатын фирмалар саудаға қатысты үкіметтің саясатына қатты әсер етеді. Үкіметте лоббилендіру арқылы бизнес-фирмалар еркін сауда немесе сауда шектеулерін көтере алады.