

Часть II

НОВЫЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ И ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ

5.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Стаффан Линдер К ВОПРОСУ О ТОРГОВЛЕ И ТРАНСФОРМАЦИИ

Linder Staffan

An essay on trade and transformation

Мы проведем поиск нового базового принципа, объясняющего модель торговли и размещения. Наше утверждение о том, что значение различий в соотношениях факторов производства ранее было преувеличено, не означает, что такие различия не существенны. Это станет очевидным из последующего рассмотрения принципов торговли, с одной стороны, сырьевыми продуктами и, с другой стороны, продукцией обрабатывающей промышленности.

Торговля сырьевыми продуктами

При анализе торговли сырьевыми продуктами мы по-прежнему будем использовать метод соотношений факторов производства. Предполагается, что страна, в избытке обеспеченная некоторым природным ресурсом, обладает сравнительным преимуществом в его эксплуатации. Как уже отмечалось, разрозненные наблюдения за характером сравнительных преимуществ, которые предшествовали появлению развернутой теории Хекшера–Олина о соотношениях факторов производства, стратегическую роль в формировании модели торговли отвели *обеспеченности земель*. Обеспеченность капиталом и рабочей силой при этом не

рассматривалась. Таким образом, в соответствии с теорией Хекшера–Олина и более ранней теорией, к анализу торговли сырьевыми продуктами мы подходим с позиций пропорциональности факторов производства.

Быть может, теорема о соотношениях факторов производства получила столь широкое признание лишь благодаря высокой степени правдоподобия модели торговли сырьевыми продуктами, диктуемой различиями в обеспеченности природными ресурсами. По надуманной аналогии и торговля продукцией обрабатывающей промышленности рассматривалась так, словно она определяется различиями в обеспеченности капиталом и рабочей силой. Объяснения, основанные на концепции соотношений факторов, всегда начинаются с убедительного утверждения о том, что страны, в избытке обеспеченные природными ресурсами, экспортируют продукты, производство которых требует интенсивного использования природных ресурсов. В данной работе мы примем это утверждение, однако отвергнем его применение по отношению к модели торговли продукцией обрабатывающей промышленности.

Торговля продукцией обрабатывающей промышленности

Среди всех несырьевых продуктов той или иной страны имеется некоторый набор потенциально экспортных продуктов. Состав этого набора потенциально экспортных продуктов определяется *внутренним спросом*. *Необходимым, но не достаточным условием экспортного потенциала продукта является его потребление (или инвестирование) внутри страны-производителя данного продукта*. Таково наше основополагающее утверждение.

Для того чтобы продукт потреблялся (или инвестировался) внутри страны, на него должен существовать спрос при преобладающих ценах мирового рынка. Однако для того чтобы сделать наше утверждение максимально содержательным, мы хотим максимально сузить набор потенциально экспортных продуктов страны. К сожалению, невозможно с достаточной точностью принять критерий слабее, чем критерий наличия спроса при преобладающих ценах. Тем не менее, те причины (изложенные ниже), которые позволяют считать правильным наше основное положение, позволят нам также интуитивно применять более слабый критерий, который сужает набор потенциально экспортных продуктов страны. На самом деле, для того чтобы товар стал потенциально экспортным продуктом, необходимо то, что можно было бы назвать «репрезентативным спросом». Очевидно, что хотя, например, в Саудовской Аравии спрос на автомобили «Кадиллак» в целом присутствует, этого вида нерепрезентативного спроса недостаточно, чтобы превратить роскошные автомобили в потенциально экспортные продукты для Саудовской Аравии. Значение термина «репрезентативный спрос», к сожалению, является неопределенным, но, возможно, наши последующие рассуждения будут способствовать его лучшему пониманию.

В вышеприведенном основном положении говорится также о спросе внутри страны-производителя. Проводимое далее исследование причин, по которым мы считаем наше утверждение справедливым, позволит также уточнить смысл понятия «своя страна». Станет очевидным, что более точным мог бы быть термин типа «зона рынка». Но так как в контексте теории международной торговли это выражение может показаться более искусственным, предпочтение отдано термину «страна». Более того, существуют культурные и экономические силы, которые стремятся сделать взаимозаменяемыми понятия «страна» и «зона рынка».

Приведем ряд причин, позволяющих считать наше утверждение справедливым. Эти причины окажутся вариациями на одну и ту же общую тему, а именно: незнание внешнего рынка по сравнению с внутренним.

Во-первых, решение взяться за производство любого конкретного товара может быть вызвано ясно различимыми экономическими потребностями. В мире несовершенной информации предприниматели будут реагировать на возможности получения прибыли, о которых они осведомлены. Они могут возникать из *внутренних* потребностей. Быть может, потребность, испытанная самим предпринимателем, породила идею, на которой основывается его предприятие.

По мере роста преуспевающей фирмы местный рынок становится недостаточным для дальнейшего роста. Торговый горизонт фирмы постепенно расширяется. Но возможности получения прибыли, предлагаемые производством товара для зарубежных стран, будут осознаны предпринимателем только по истечении длительного периода производства для внутреннего рынка. До тех пор вход на рынок экспортных товаров не будет осуществлен. Однако как только будет достигнута эта стадия, ничто не сможет помешать тому, чтобы экспортные товары заняли большую – и даже существенно большую – долю общего объема продаж по сравнению с долей, поглощаемой внутренним рынком. Чем меньше страна, тем больше может быть *ceteris paribus* доля общего объема производства, направляемая на экспорт. Границы – это произвольно проведенные линии, которые мы пересекаем при расширении торгового горизонта, и чем меньше страна, тем быстрее пересекаются эти линии. Сколь бы велика ни была процентная доля экспортных товаров (именно это мы хотели бы подчеркнуть), экспорт является концом, а не началом типичного пути расширения рынка. *На самом деле международная торговля есть не что иное, как расширение внутриэкономической деятельности страны за пределы государственных границ.*

Во-вторых, в той степени, в которой производство товара основывается на изобретении, у нас есть дополнительная причина быть уверенными в необходимости спроса на данный продукт на внутреннем рынке. Вполне вероятно, что изобретение само по себе было результатом деятельности, направленной на решение некоторой проблемы, которая была актуальной для окружающего нас мира. Тогда на первой стадии использование изобретения будет автоматически направлено на внутренний рынок.

В своей работе *A History of Mechanical Inventions* А. П. Ашер обращается к вопросу об изобретениях. Этот вопрос представляет огромный интерес с точки зрения целей настоящей работы. Ашер отвергает *трансцендентский* подход, при котором изобретения считаются результатами случайных прозрений, обретенных по наитию великими личностями. Такая теория, возможно, может служить основой для интересной, похожей на эссе интерпретации отдельных явлений на пути великих изобретений. Однако в целом она совершенно не способна раскрыть процесс накопления и синтеза интуитивных прозрений.

Противоположный подход предлагает *механистическая* теория изобретений. Здесь значимость индивидуальной деятельности принижается. Процесс изобретательства разворачивается под давлением необходимости. Отдельный индивидуум служит лишь инструментом в предопределенной последовательности событий.

Ашер излагает свою теорию *интегрального синтеза*, прибегая к использованию элементов обеих теорий, но испытывая при этом особенное влияние механистического подхода. В целом

процесс технологического прогресса состоит из неопределенного числа взаимосвязанных последовательностей кумулятивных «прозрений», которые, развиваясь, принимают форму некоторого синтеза или изобретения, в свою очередь, служащего основой для продолжения данного процесса. Однако этот процесс не является механистически детерминированным. Акты интуитивного прозрения и синтеза не являются автоматической реакцией на требования необходимости, при которой личность представляет собой всего лишь простой инструмент.

Ашер выделяет четыре стадии в последовательности событий, которая приводит к изобретению: 1) осознание проблемы; 2) создание основы для обобщения любого материала, который окажется существенным для решения проблемы; 3) акт интуитивного прозрения; 4) критическую перепроверку и опробование нового решения с целью доведения его до полного совершенства.

Эта теория изобретений подкрепляет наше утверждение о том, что именно *собственные* потребности страны являются источником не только нововведений, но и изобретений. Трудно осознавать проблемы и создавать основу для их решения, когда эти проблемы не составляют часть той среды, которая окружает изобретателя. В этом отношении представляется несущественным вопрос о том, является ли изобретение результатом деятельности одного человека (что было типичным для старого времени) или же регулярной коллективной работы в исследовательских лабораториях. Как исследовательские проекты, так и деятельность отдельных изобретателей, скорее всего, будут планироваться исходя из наиболее очевидных потребностей – внутренних. Полученные в результате этого продукты будут соответствовать потребностям внутреннего рынка и лишь постепенно будут проходить опробование на рынках экспортных товаров.

Независимо от того, о чем идет речь – о «критической перепроверке» изобретения или о технической разработке продукта вообще, работа должна выполняться с непосредственным учетом потребностей рынка. В-третьих, это дает нам право полагать, что для экспортного товара, будь то потребительский товар или товар производственного назначения, должен существовать внутренний рынок. Если в силу каких-либо странных обстоятельств предприниматель решит удовлетворить спрос, не существующий в его стране, он, вероятно, потерпит неудачу, так как не будет располагать легким доступом к критически важной информации, которая должна циркулировать между производителями и потребителями. Период проб и ошибок, через который почти неизбежно должен пройти любой новый продукт на рынке, будет тем более трудным с точки зрения издержек, чем хуже знакомство производителя с условиями, в которых должен использоваться его продукт. А при отсутствии внутреннего спроса эти условия будут полностью не известны производителю. Заглавный очерк в *The Ugly American*¹ содержит драматический отчет о замечательной технической разработке, успех которой, очевидно, зависел от тесного контакта между производителем и рынком. С чисто технической точки зрения все проблемы могут быть решены и без такого контакта. Однако хотя предприниматель, не располагающий «испытательным полигоном» в своей стране, и может оказаться способным добыть необходимую информацию, при этом он понесет дополнительные издержки, которые могут оказаться губительными для его усилий, направленных на достижение необходимого *сравнительного* преимущества. С этой точки зрения первоначальная экспансия производителя внутри своей

¹ Lederer W. J., Burdick E. *The Ugly American*. London, 1959

страны, возможно, является обязательным условием успеха. Нетрудно найти примеры того, как производители продавали или пытались продать свои товары на незнакомых им рынках и терпели неудачу из-за трудностей приспособления к различным обстоятельствам. Это препятствие можно обойти только тогда, когда операции с продуктом полностью переносятся на внешний рынок; однако такой переход осуществляется на более позднем этапе экспансии и, когда он осуществлен, сбыт продукта уже не является внешнеторговой операцией.

Мы привели три довода в поддержку утверждения о том, что определенный товар не будет производиться со сравнительным преимуществом, если для него не существует рынка внутри страны. Мы утверждали следующее: 1) маловероятно, что предприниматель когда-либо задумается об удовлетворении потребности, которая не существует в его стране; 2) даже если эта несвойственная его стране потребность была замечена, предприниматель едва ли сможет придумать продукт, принципиально способный удовлетворить эту потребность; 3) даже если такой продукт и был изобретен, представляется невероятным, что в конечном итоге этот продукт можно будет адаптировать к незнакомым условиям, не понеся при этом непомерно высоких издержек. В целом наши аргументы сводятся к утверждению о том, что производственные функции не являются идентичными для всех стран и при этом *производственные функции товаров, пользующихся спросом на внутреннем рынке являются относительно самыми выгодными*. Необходимость «поддержки со стороны внутреннего рынка», подчеркиваемая действующими бизнесменами, вероятно является отражением важности выделенных здесь связей.

В соответствии с логикой приведенных нами доводов в поддержку нашего утверждения можно сказать, что исключения из нашего правила могут встречаться в тех случаях, когда: 1) нетрудно получить информацию о внешнем спросе, несмотря на отсутствие внутреннего спроса на продукт; 2) продукт как таковой можно получить без проведения изобретательской работы; 3) нет или практически нет необходимости в проведении технической разработки продукта.

Можно было бы предположить, что внешняя торговля Японии содержит так много исключений из этого правила, что ценность последнего находится под серьезной угрозой. Однако в данном случае можно легко стать жертвой широко распространенных неверных представлений о внешней торговле Японии. Примеры, приведенные в известной книге У. У. Локвуда *The Economic Development of Japan*, свидетельствуют о том, что Япония на самом деле не исключение, а замечательная эмпирическая иллюстрация нашего правила и его значения. Локвуд стремится подчеркнуть ошибочность широко распространенного представления о том, что Японии приходилось создавать крупномасштабные экспортноориентированные отрасли промышленности без производства товаров для внутреннего рынка. На самом деле ни одна из категорий продуктов, судя по всему, не направлялась на экспорт без первоначальной поставки их на внутрияпонский рынок. В этой связи для нас представляют интерес главы 6 и 7. Однако достаточно привести три цитаты: «Иногда рост японской промышленности действительно в основном объясняется расширением внешнего спроса. Эта концепция, как подчеркивалось ранее, неправильна и не дает сколько-нибудь вразумительного объяснения сущности экономического развития Японии и его масштаба». «Таким образом, внутренний спрос на продукцию японской обрабатывающей промышленности непрерывно поглощал большую часть производимой продукции... Он развивался *pari passu* наряду с ростом внешней

торговли». «В общем, как мы уже убедились, Япония стремилась экспортировать продукцию обрабатывающей промышленности того же общего типа, что и продукция, широко используемая ее собственным народом».

Определив набор потенциально экспортных продуктов страны, мы собираемся теперь определить *набор потенциально импортных продуктов* страны. Набор этих продуктов представляется менее спорным. Совершенно очевидно, что *выбор продуктов, которые могут быть импортированы, определяется внутренним спросом*. Необходимо отметить, что в данном случае спрос, конечно, не должен быть репрезентативным. Все продукты, на которые существует спрос при текущих ценах, являются потенциально импортными.

Таким образом, мы считаем, что *набор потенциально экспортных продуктов идентичен набору потенциально импортных продуктов или является его составной частью*.

Некоторые дополнительные наблюдения по поводу модели торговли сырьевыми продуктами и замечание об иностранном предпринимательстве.

Прежде чем приступить к более внимательному рассмотрению торговли продукцией обрабатывающей промышленности необходимо выяснить, почему страна может экспортировать, – но, конечно, не импортировать – сырьевой продукт без наличия внутреннего спроса на него .

Важное условие, в силу которого относительная обеспеченность природными ресурсами определяет характер торговли сырьевыми продуктами, заключается в том, что в производстве таких продуктов при любых соотношениях цен факторов производства, несомненно, в относительно большей степени будет использоваться такой фактор как природный ресурс. Возможность же классификации продуктов обрабатывающей промышленности по их фактоориентированности уже была поставлена под сомнение выше.

То обстоятельство, что сырьевые продукты требуют интенсивного использования природных ресурсов, делает относительные соотношения факторов производства чрезвычайно важными для формирования цен на сырьевые продукты. Отсюда следует дополнительный вывод о том, что информацию о внешнем спросе можно легко получить благодаря поразительно высокой цене такого продукта в странах, бедных природными ресурсами, до начала проведения торговли. Однако потребность в этих сырьевых материалах, благодаря их базовой роли в производственном процессе и в силу их потребления в больших количествах, обычно является очевидной при любых обстоятельствах. Кроме того, сырьевые продукты нередко можно получить без проведения специфической изобретательской работы, и их качественная однородность устраняет необходимость в технической разработке продукта.

В совокупности эти факты означают, что те силы, которым мы отвели большую роль в нашем определении потенциально экспортных продуктов обрабатывающей промышленности, очевидно, не могут оказывать столь же сильного влияния на торговлю сырьевыми продуктами. В том, что касается производственных функций, различия между странами для сырьевых продуктов, вероятно, меньше, чем для продуктов обрабатывающей промышленности. И поскольку для сырьевых продуктов характерна определенная фактоориентированность, ясно, что теорема о соотношениях факторов производства относится к торговле сырьевыми продуктами. Таким

образом, у нас должны быть различные объяснения для торговли продуктами обрабатывающей промышленности и для торговли сырьевыми материалами.

Однако чрезвычайно интересно отметить, что даже в случае экспорта сырьевых материалов без поддержки рынка в стране-экспортере *предприниматели страны-экспортера, по-видимому, редко берутся за производство и ищут точки сбыта на экспортном рынке*. Главную роль, как правило, играют иностранные предприниматели из стран-импортеров. Даже в такой стране, как Швеция, несколько запоздавшей с промышленной революцией, первоначальная эксплуатация лесных ресурсов во второй половине девятнадцатого века осуществлялась в значительной степени иностранцами. Сингер назвал сырьевой сектор экономически неразвитых стран «иностраным сектором». *С точки зрения предпринимателей, именно внутренний спрос, т.е. спрос на их родине, в стране-импортере, послужил стимулом для развития производства*. Отсюда следует, что даже в случае с торговлей сырьевыми материалами сильное влияние оказывает ряд необходимых условий развития производства для экспортного рынка, вытекающих из нашего основного утверждения, *Если бы предпринимательская деятельность не могла вестись в международном масштабе, то наше утверждение, вполне возможно, было бы применимо к торговле как продуктами обрабатывающей промышленности, так и сырьевыми продуктами*

В нашей модели для экономически слаборазвитых стран мы до сих пор исходили из предположения о том, что иностранные предприниматели будут создавать сырьевые секторы экономики в тех странах, где местные предприниматели не занимаются таким производством. Теперь мы можем объяснить механизм, обуславливающий такое предположение. Иностранные предприниматели займутся эксплуатацией сырьевых ресурсов, которые либо совершенно не используются местными предпринимателями, либо используются недостаточно интенсивно из-за отсутствия внутреннего спроса. Их привлекут возможности получения прибыли, которые из-за различий в обеспеченности стран природными ресурсами достаточно высоки, чтобы преодолеть инерцию, вызванную существованием более известных альтернатив на их родине. Однако эта же инерция удерживает их от участия в развитии других сфер производства в экономически слабо развитых странах, где возможности получения прибыли менее очевидны. Таким образом, вполне возможно, что различия в обеспеченности природными ресурсами определяют характер торговли сырьевыми продуктами исключительно за счет своего воздействия на международную динамику предпринимательской активности, при отсутствии которой производственные функции были бы слишком различными для того, чтобы можно было использовать объяснение, основанное на соотношениях факторов производства. Следует ожидать, что *если бы относительные соотношения факторов производства в обрабатывающей промышленности были столь же значимыми, как в производстве сырьевых товаров, то международный приток предпринимательской инициативы в сферу обрабатывающей промышленности экономически слаборазвитых стран с целью производства товаров для своего внутреннего рынка при больших различиях в обеспеченности ресурсами был бы столь же существенным, как и реально имеющий место приток предпринимательской инициативы в сферу использования сырьевых материалов*. Однако в действительности международное предпринимательство в обрабатывающей промышленности обычно принимает форму создания сбытовых организаций, сборочных заводов и т.п. с целью увеличения экспорта из своей страны на внешние рынки с аналогичной структурой спроса. Возможно, наиболее значимым

предметом исследования при изучении международных потоков предпринимательской деятельности является вопрос о том, в какие страны *не* направляется поток предпринимательской инициативы.

Между какими странами потенциально наиболее интенсивна торговля продукцией обрабатывающей промышленности?

Очевидно, что по отношению к торговле продукцией обрабатывающей промышленности для нас теперь наиболее важно переключить внимание с факторов, определяющих объем потенциальной торговли, на факторы, определяющие объем *действительной* торговли. Однако для того, чтобы ознакомиться со всеми проблемами, возникающими при таком переходе, мы должны вначале решить другую, пожалуй, не менее интересную проблему – определить, между какими торговыми партнерами торговля могла бы быть потенциально наиболее интенсивной.

Термин «интенсивный» подразумевает не просто объем торговли. Абсолютный объем торговли, естественно, определяется в первую очередь размером стран – торговых партнеров. Следовательно, для того, чтобы измерить интенсивность торговли, мы должны устранить влияние, оказываемое размером стран. Метод, который мы используем в эмпирическом эксперименте, помещенном в приложении к этой главе, заключается в расчете *склонностей* стран к импорту продуктов друг от друга.

Чем больше сходство между структурами спроса двух стран, тем потенциально выше интенсивность торговли между этими двумя странами. Если две страны имеют в точности одинаковые структуры спроса, все потенциально экспортные и импортные продукты одной страны являются потенциально экспортными и импортными продуктами другой страны.

Для того, чтобы определить, *какие типы* стран могут оказаться способными к развитию интенсивной торговли друг с другом, мы должны вначале выяснить, какие факторы определяют структуру спроса.

На структуру спроса страны влияет целый ряд причин. Однако мы считаем, что уровень среднего дохода является самой важной из них и что на самом деле именно он оказывает доминирующее влияние на структуру спроса. Если это так, то *сходство уровней среднего дохода можно было бы использовать в качестве показателя сходства структур спроса.* Средние значения дохода, вычисленные путем расчета модальных величин или медиан дохода, скорее всего будут более репрезентативными, чем среднее арифметическое значение среднего дохода, особенно в странах с существенной асимметрией в распределении дохода (таких как Кувейт). Однако при проверке, основанной на использовании статистических данных, вероятно, было бы трудно определить вышеуказанные величины. Поэтому в дальнейшем мы будем говорить о доходе на душу населения, т.е. о среднем арифметическом.

Мы постараемся показать, что существует строгая зависимость между уровнем дохода на душу населения, с одной стороны, и типом спроса на потребительские товары и товары производственного назначения, с другой стороны.

Вначале рассмотрим потребительские товары. При более высоких доходах населения различные типы продуктов, хотя и удовлетворяют одни и те же основные потребности, могут замещать менее сложные типы продуктов; более того, к ним добавляются продукты,

удовлетворяющие новые потребности. Такие «качественные изменения» в спросе, вероятно, представляют собой весьма распространенное явление. Только часть повышения доходов найдет отражение в виде чисто количественных изменений спроса. Под количественными изменениями мы подразумеваем изменения в объеме спроса на один и тот же продукт. Качественное же изменение – это изменение характеристик продукта.

Качественные различия между продуктами не слишком хорошо отражены в эмпирических исследованиях поведения потребителей, проводившихся по тем направлениям, которые впервые были намечены Энгелем. Качественный фактор отодвигается на второй план благодаря использованию для анализа широких групп товаров, таких как пищевые продукты и одежда. Даже при изучении изменений в спросе на конкретный продукт, например тостеры, мы не будем различать важные изменения его качества – от низкого до высокого, которые связаны со значительными изменениями продукта как такового. Чем больше группа товаров, тем больше вероятность того, что эластичность спроса на всех уровнях дохода окажется близкой к единице. Эластичность спроса в зависимости от дохода для совокупного производства обязательно всегда равна единице в долгосрочной перспективе, когда сохраняет силу закон Сэя, и очень близка к единице в краткосрочной перспективе. Но чем больше подгрупп мы выделяем в общем объеме производства, тем больше становятся изменения в эластичности спроса в зависимости от дохода. Если классифицировать товары в соответствии с точными определениями качества, эластичность спроса по каждому классу этих товаров может изменяться в небольшом интервале доходов от бесконечно положительной до бесконечно отрицательной. В таких случаях небольшие различия в уровнях дохода могут порождать существенные различия в структуре спроса. Вне рамок этого интервала доходов спроса на продукт на внутреннем рынке не существует; вне рамок более узкого интервала доходов не существует «репрезентативного спроса». При изучении закона Энгеля качественный аспект выявляется лишь косвенным образом, когда объясняется, почему, например, при повышении доходов не произошло ожидавшегося снижения доли затрат на продовольственные товары. В качестве объяснения указывается на дальнейшее развитие пищевой *промышленности*, которое привело к изменению характера данной товарной группы.

Что касается нашего исследования, то при сравнении структур спроса необходимо в определениях товаров указывать их качество. Даже незначительные качественные различия между товарами, удовлетворяющими одни те же основные потребности, могут оказаться достаточными для того, чтобы внести в структуру спроса одной страны какие-то существенные отличия от структуры спроса другой страны.

Однако не следует преувеличивать различия в потребительском спросе, вызванные различиями в душевых доходах. Неравномерное распределение доходов в стране расширяет набор потенциально экспортных и импортных товаров и, *ceteris paribus*, приводит к более высокой степени совпадения структур спроса в странах с различными душевыми доходами, чем это имеет место в случае более равномерного распределения доходов. В бедной стране лица с высоким доходом могут предъявлять спрос на те же товары, что и лица с низким доходом в богатой стране.

Обратимся теперь к вопросу о структуре спроса на товары производственного назначения. Между доходами на душу населения и спросом на товары производственного назначения нет такой же связи, какая существует между душевыми доходами и потребительским спросом.

Эластичность спроса на товары производственного назначения в зависимости от дохода – понятие, лишенное смысла. Доход на душу населения в значительной степени определяется существующим в стране запасом товаров производственного назначения. Относительный объем капитала также определяет качественную структуру спроса на новые товары производственного назначения. Страна с избыточным капиталом, которая с некоторой вероятностью оказывается на высоком уровне душевого дохода, предъявляет спрос на более сложное производственное оборудование, чем страна с ограниченным капиталом. Хотя прямой причинно-следственной связи здесь нет, можно ожидать, что различия в уровне душевых доходов дадут нам, по крайней мере, какое-то указание на те, различия, которые будут иметь место в структуре спроса на товары производственного назначения.

Технические возможности для качественных изменений в товарах производственного назначения, вероятно, по меньшей мере, столь же велики, как и аналогичные возможности для потребительских товаров. Но почему вообще выбор должен падать на товар производственного назначения с низким качеством? Ясно, что люди с относительно низкими уровнями душевого дохода выбирают потребительские товары с низким уровнем качества для того, чтобы иметь возможность диверсифицировать свое потребление в рамках своих бюджетов. Точно так же причина выбора товаров производственного назначения с относительно низким уровнем качества в стране с ограниченным капиталом состоит в том, что такой выбор служит средством более равномерного распределения существующего капитала.

Маржиналистский подход предполагает равномерное распределение капитала. В стране с ограниченным капиталом это подразумевает «тонкий слой» капитала по сравнению с толстым слоем в стране с избыточным капиталом. Однако «тонко» не обязательно означает «низкого качества». Маржиналистская теорема о комбинации факторов применима только тогда, когда мы рассматриваем капитал однородного качества. Ясно, что если группа из 100 рабочих имеет 100 молотков, то рациональной будет ситуация, когда у каждого рабочего есть один молоток, но не та ситуация, когда у одного рабочего есть 100 молотков, а у остальных молотков нет. Но отсюда вовсе *необязательно* следует, что мы не должны дать *одному* рабочему электрический отбойный молоток (который, вероятно, используется каждым рабочим в стране с избыточным капиталом и предположительно стоит столько же, сколько стоят 100 обычных молотков), а другим рабочим вовсе не дать молотков. При различных уровнях качества товаров производственного назначения, когда мы предпочитаем максимизировать общий объем производства, а не использование рабочей силы, неравномерное распределение капитала будет рациональным, если благодаря ему повысится общая производительность.

Существуют также и другие причины, по которым в странах с ограниченным капиталом возможно неравномерное его распределение. В литературе, посвященной проблемам экономического развития, широко обсуждался вопрос о том, должны или не должны экономически слаборазвитые страны придавать своей менее передовой технологии такую конфигурацию, которая позволила бы им более равномерно распределять свой капитал. Мы не будем подробно останавливаться на этой литературе, так как это вызвало бы существенное отклонение от основного хода наших рассуждений. Однако в данной литературе можно найти некоторые аргументы, имеющие отношение к рассматриваемой здесь проблеме, в частности, о том, что управленческие навыки в слаборазвитых странах могут быть еще более скудными, чем капи-

тал и что при «тонком» распределении капитала этот ресурс может быть растрочен впустую. Далее утверждается, что капиталоемкая технология создает прибыли, которые обеспечивают финансирование непрерывного накопления капитала и роста экономики. Подчеркивается, что капиталоемкое оборудование может стимулировать улучшение работы управляющих и рабочих и помогает освободиться от оков прошлого. Эти два последних аргумента противоречат аллокативному подходу маржинализма.

В той степени, в которой такие соображения повлияли или повлияют на спрос на товары производственного назначения, и в той степени, в которой использование высококачественных товаров производственного назначения компенсирует потери от неиспользования рабочей силы, качественные различия в товарах производственного назначения будут менее заметными при различных уровнях душевого дохода, чем можно было бы ожидать. Основные различия между странами будут заключаться в количестве товаров производственного назначения, так как новейшие технологии будут освоены в большинстве стран.

Однако эмпирические оценки позволяют выдвинуть предположение, которое, вероятно, можно было бы подтвердить при помощи более тщательного исследования, а именно: относительный дефицит капитала находит выражение в использовании относительно низкокачественных товаров производственного назначения, а не в существовании относительно небольшого количества товаров производственного назначения с самым высоким уровнем качества. Если в стране с ограниченным капиталом имеет место полная занятость, то в этом случае должны использоваться низкокачественные товары производственного назначения.

Тем не менее не приходится сомневаться в наличии множества совпадений в структурах спроса на товары производственного назначения в различных странах. Прежде всего для качественных вариаций не существует бесконечного множества возможностей. Более того, существует определенная причина, в силу которой и в странах с избыточным капиталом должны использоваться технологии низкого уровня, и эта причина возникает вследствие различий в использовании мощности товаров производственного назначения. Товары производственного назначения, которые представляется разумным использовать в странах с избыточным капиталом для целей, не требующих высокой мощности (например, непромышленное или резервное оборудование), в ряде случаев экономически целесообразно использовать в странах с ограниченным капиталом. Это обстоятельство, вероятно, обусловит существенное число совпадений в структурах спроса на товары производственного назначения.

Хотя ясно, что на структуру спроса влияют и другие факторы, такие как язык, культура и климат, мы остановимся на гипотезе, согласно которой наибольшим потенциалом взаимной торговли обладают страны с одинаковыми уровнями душевого дохода. Отсюда следует, что различия в душевых доходах являются потенциальным препятствием для торговли. Товары, в производстве которых одна страна имеет сравнительное преимущество, не востребованы в другой стране, и наоборот. Когда различия в душевых доходах достигают определенной величины, становится возможной торговля лишь некоторыми качественно однородными продуктами. И только по таким продуктам могут иметь место совпадения спроса.

Эта гипотеза подкрепляется практическим опытом. Оценивая рыночные перспективы какого-либо зарубежного района, бизнесмены уделяют много внимания уровню дохода на

душу населения (а не только общему доходу, которым определяется потенциал рынка в ином отношении).

Схематическое обобщение принципов торговли продукцией производственного назначения

Суть нашей аргументации может быть воплощена в виде простой схемы, которая в какой-то мере может пригодиться нам при продолжении нашего анализа.

На рисунке по горизонтальной оси измеряется душевой доход u , а по вертикальной оси – в порядковых числах – степень «качества» или «сложности» каждого продукта, на который есть спрос, и объема спроса в целом q° . Чем более сложны, трудоемки, совершенны или роскошны продукты, на которые есть спрос, тем выше эта степень. Чем выше уровень душевого дохода, тем выше степень качества, характеризующая структуру спроса в целом. Эта связь представлена линией O .

Однако возможности для качественных изменений отдельных продуктов не безграничны. Это означает, что, хотя связь между душевым доходом и степенью качества спроса в целом представлена плавной кривой, аналогичные связи для отдельных продуктов представляют собой ступенчатые функции. Таким образом, среднее качество спроса будет складываться из разных степеней качества различных продуктов. Далее, поскольку можно ожидать, что распределение дохода будет неравномерным, потребительские товары с разным уровнем качества будут востребованы в одной и той же стране. Точно так же из-за различий в использовании мощностей товары производственного назначения с разным уровнем качества будут использоваться в одной и той же стране.

Обе эти особенности могут быть включены в нашу схему. Для этого мы принимаем как допущение, что данный душевой доход представлен интервалом степеней качества спроса, расположенных вокруг средней степени на OP . Таким образом, для страны I на рисунке различные продукты, пользующиеся спросом, будут находиться в пределах некоторого качественного интервала – скажем, $a-e$ при среднем значении b . Для страны II таким интервалом является $c-g$ при среднем значении f . Эти интервалы представляют потенциально экспортные и импортные продукты стран I и II соответственно.

Качественный интервал $c-e$ является общим для обеих стран. Совпадения спроса в этих двух странах должны быть связаны с продуктами, чье качество попадает в пределы этого интервала, и именно такие продукты могут стать предметами торговли между этими двумя странами. В стране II нет спроса на продукты более низкого качества, чем c , и поэтому она не может ни импортировать, ни экспортировать такие продукты обрабатывающей промышленности. В стране I нет спроса на продукты более высокого качества, чем e , и поэтому она не может ни импортировать, ни экспортировать такие продукты обрабатывающей промышленности.

Если бы в качестве дополнительного фактора, определяющего набор потенциально экспортных продуктов, мы ввели «репрезентативный спрос», то интервалы $a-e$ и $c-g$ для экспортных продуктов оказались бы еще. Конечно, интервал потенциально импортных продуктов не может быть сужен подобным образом. Любой продукт является потенциально импортным, если при текущих ценах существует спрос на этот продукт.

Потенциальная интенсивность торговли продукцией обрабатывающей промышленности в соответствии с теоремой о соотношениях факторов производства.

Влияние различий в величине душевых доходов никогда не учитываются при объяснении направлений развития торговли с позиций соотношений факторов производства. Однако в той степени, в которой между соотношениями капитала и труда и душевыми доходами существует некоторая связь, возможно *выводить* некоторые связи между душевыми доходами и характером торговли, когда она возникает в соответствии с подходом Хекшера–Олина.

Между соотношениями факторов производства и душевыми доходами, по-видимому, существует однозначная связь, т.е. чем больше капитала на душу населения в экономике, тем выше душевые доходы.

Таким образом, различия в соотношениях факторов производства порождают различия и в торговле, и в душевом доходе. Хотя между различиями в душевом доходе и торговлей не существует причинно-следственной связи, из теории Хекшера–Олина следует, что *наиболее интенсивной является торговля между странами с различными уровнями дохода*. В приводимом ниже отрывке Олин дает суммарную оценку влияния возрастающих различий в предложении факторов производства на торговлю:

«Возросшие цены на относительно дешевые факторы производства потребуют большего их количества, хотя они и ранее предлагались в большом количестве. Сниженные относительные цены на существующие в ограниченном количестве факторы производства, вероятно, вызовут уменьшение их количества. Очевидно, что результатом этого является *увеличение неравномерности на международном уровне в том, что касается обеспеченности факторами производства и усиление тенденции к развитию торговли*. При увеличении существующих различий в предложении факторов производства характер торговли останется примерно одинаковым, *но увеличится её объем*. Тем самым произойдет дальнейшее углубление разделения производства между различными странами».²

Это заключение, основывающееся на описании пропорций между факторами производства, полностью противоречит нашей аргументации. В нашем случае различия в соотношениях капитала и труда являются потенциальным препятствием для торговли товарами производственного назначения. Страна с возрастающим количеством рабочей силы столкнется со снижением доходов на душу населения. В стране с возрастающим объемом капитала доходы будут расти. Различие между структурами спроса в двух таких странах будет увеличиваться. Характер их торговли изменится, а потенциальный масштаб торговли продукцией обрабатывающей промышленности сократится.

Потенциальная торговля в сравнении с действительной

Выяснив, какими товарами *можно* торговать, мы должны теперь установить, каковы те движущие силы, которые *действительно* заставляют страны вести торговлю друг с другом. Мы должны выяснить, почему страны способны достигать сравнительных преимуществ. Если

² *Ohlin B. Interregional and International Trade. P. 119.*

такие силы, создающие торговлю, отсутствуют, то не будет и реальной торговли независимо от величины торгового потенциала.

В нашем анализе торговли сырьевыми продуктами мы не использовали понятие «потенциальной торговли». Мы смогли воспользоваться более прямым подходом. Здесь мы можем просто повторить, что движущей силой торговли сырьевыми продуктами являются ценовые различия, вызванные различиями в относительной обеспеченности природными ресурсами.

Таким образом, мы сосредоточимся на поиске сил, создающих торговлю товарами производственного назначения. В этой связи можно отметить, что любая страна едва ли сможет экспортировать все свои потенциально экспортные товары. Некоторая часть таких товаров будет импортироваться, таким образом обеспечивая двусторонний характер торговли. Изменения в уровнях издержек и доходов, вызванные либо мерами денежной и фискальной политики, либо изменениями валютного курса, будут способствовать сбалансированности фактических объемов экспорта и импорта.

Рассмотрим вначале торговлю между странами с идентичными душевыми доходами. В этом случае все потенциально экспортные и импортные товары одной страны являются таковыми и в другой стране. Потенциальный объем торговли в этом случае максимален. Тем не менее реальная торговля между этими странами может быть минимальной. Товары, в производстве которых одна страна имеет наиболее предпочтительные производственные функции, могут оказаться теми товарами, в производстве которых другая страна также имеет наиболее предпочтительные производственные функции. Какие же силы приводят в реальном мире к возникновению сравнительных преимуществ в отношениях между странами со схожими уровнями душевого дохода? Ответ прост: те же силы, которые приводят к возникновению торговли *в пределах* каждой из этих стран, порождают торговлю и между ними. Не существует каких-либо различий между торговлей, которая ведется между странами со схожими уровнями душевого дохода, и торговлей внутри любой страны. Таким образом, мы располагаем только *одной теорией торговли* для стран, переживающих экономический рост, но не различными теориями для международной-внутренней или межрегиональной-внутрирегиональной торговли.

Когда предприниматели расширяют свои торговые горизонты и встречаются друг с другом на международном рынке, они, вполне возможно, обнаружат, что их рыночная экспансия может быть распространена на территорию друг друга при конкуренции между ними только по товарам-заменителям, а не по идентичным товарам. Почти неограниченный масштаб дифференциации продуктов – реальной или рекламируемой – мог бы, на первый взгляд, в сочетании с неограниченным своеобразием покупателей обеспечить процветание торговли в конечном итоге тождественным товаром. Суда, привозящие европейское пиво в Милуоки, доставляют в Европу американское пиво. Таким образом, в теории торговли необходимо включить сильные элементы *монополистической конкуренции*.

Однако в других случаях предприниматели не могут без затруднений распространить свою рыночную экспансию на территорию своих конкурентов с тем, чтобы разделить рынки друг с другом. Отсюда вовсе не следует, что ни один из предпринимателей не может получить преимущества над конкурентами. Напротив, предприниматели, обладавшие прочными позициями в одной стране, могут обнаружить, что они не только не способны продолжить свою экспансию в другие страны, но и проигрывают конкурентную борьбу иностранным фирмам. Преимущества в обработке сырьевых материалов, предложение которых достаточно велико, технологическое превосходство, деловые способности управляющих и экономия от масштаба

– вот, вероятно, наиболее важные причины, в силу которых идентичные относительные цены могут быть лишь простым совпадением и одни производители могут взять верх над другими производителями одного и того же продукта. Эти другие производители сталкиваются с необходимостью перестройки своей деятельности. Дифференциация продукции, освоение новых производственных специализаций и, возможно, банкротство, являются способами адаптации таких производителей к рыночной экспансии. Таким образом, точно так же, как и на внутренних рынках, здесь будут иметь место процесс отбора и расцвет торговли.

В отношении торговли между странами с различными уровнями душевого дохода, существует предположение, что в данном случае будет иметь место аналогичный процесс. Однако одно из различий состоит в том, что уменьшится количество товаров, по которым возможно совпадение спроса и, соответственно, может вестись торговля.

Между странами с различными уровнями душевого дохода, кроме того, существуют различия в степени репрезентативности спроса на продукты с его совпадающими структурами. Благодаря своим воздействиям на производственные функции такие различия могут быть дополнительным фактором развития торговли. Чем более репрезентативен спрос на какой-либо товар, тем больше вероятность того, что он действительно станет экспортным товаром.

Если обратиться к рисунку, то наши аргументы можно представить следующим образом: хотя продукты, попадающие в пределы всего интервала $c-e$, могли бы экспортироваться страной I в страну II, существует *вероятность*, что страна I будет экспортировать продукты, находящиеся в пределах интервала $c-d$, и этот интервал будет находиться ближе к среднему спросу в стране I, т.е. он будет более репрезентативным для страны I, чем для страны II. По тем же причинам интервал $d-e$ более репрезентативен для страны II, чем для страны I, поэтому товары, попадающие в этот интервал скорее всего будут экспортироваться из страны II в страну I. При более широком использовании понятия «репрезентативного спроса» для потенциально экспортной продукции потенциально экспортными могли бы быть только те продукты, которые попадают в пределы интервалов $c-d$ и $d-e$ соответственно. Необходимо отметить, что хотя товары интервала $b-c$ еще более репрезентативны для страны I, а из интервала $e-f$ более репрезентативны для страны II, товары из этих интервалов не могут экспортироваться ввиду отсутствия спроса на них в другой стране.

Выше было отмечено, что в той степени, в которой относительные соотношения факторов производства вообще влияют на структуры относительных цен на товары, такие соотношения необязательно учитывать, когда речь идет о товарах, которые находятся вне пределов совпадения спроса. Однако в интервале совпадения спроса может иметь место такая ситуация, когда воздействия различий в репрезентативном спросе на производственные функции недостаточно сильны для того, чтобы лишить значения различия в соотношениях факторов производства в той мере, в какой это касается относительных цен на товары. В той степени, в которой продукт, на который существует репрезентативный спрос, воплощает в себе относительно большой объем дефицитного фактора производства, эти две силы будут противодействовать друг другу. В противоположной ситуации они могут усиливать друг друга. Этот аргумент относительно возможности создающих торговлю эффектов различий в соотношениях факторов производства может отличаться от традиционного подхода с позиций соотношений факторов производства в том отношении, что вышеуказанная сила была бы лишь одной из многих и могла бы создавать торговлю только теми продуктами, для которых существуют совпадение

спроса, т.е. в пределах интервала потенциальной торговли. Независимо от различий в соотношениях факторов производства и фактороинтенсивности торговля будет возникать только тогда, когда это потенциально возможно.

Таким образом, ситуация, в которой идентичные продукты производятся во всех странах по идентичным ценам, но международная торговля ими не ведется, в действительности могла бы быть только случайным стечением обстоятельств, имеющим временный характер. Условия, создавшие такую ситуацию, изменялись бы под воздействием преднамеренных усилий предпринимателей, времени, экономического роста и трансформации, присущей процессам, проанализированным выше. Все это указывает на то, что при отсутствии торговых барьеров, реальная торговля будет приближаться к потенциально возможной.

Предсказуемость и стабильность данной модели действительной торговли порождают интересные проблемы. В отношении торговли сырьевыми продуктами можно предсказать, как будут специализироваться различные страны, и, более того, мы знаем, что модель специализации будет стабильной. Но факторы, роль которых мы подчеркнули в связи с торговлей продукцией обрабатывающей промышленности, по-видимому, должны приводить к формированию произвольной, изменчивой структуры торговли.

Однако в действительности это не так – по крайней мере, в сколько-нибудь значительных масштабах. Прежде всего можно было бы ожидать, что различные преимущества, связанные с переработкой недефицитных отечественных сырьевых продуктов, введут в модель действительной торговли предсказуемый, непрерывный элемент. Например, Швеция длительное время экспортирует бумагу, и можно ожидать, что и в дальнейшем она будет экспортировать этот продукт обрабатывающей промышленности.

Можно предсказать также и технологическое превосходство в производстве некоторых товаров, потребность в которых не может быть выведена из уровней душевого дохода как таковых. У некоторых стран или регионов может быть причина уделять особое внимание удовлетворению определенных потребностей, характерных для рассматриваемой страны. Нет ничего удивительного в том, что Финляндия смогла бы экспортировать ледоколы, Швеция – оборудование для целлюлозно-бумажной или горнодобывающей промышленности, Израиль – оборудование для производства апельсинового сока. С другой стороны, было бы удивительно, если бы эскимосы смогли достичь сравнительного преимущества в производстве холодильников или полинезийцы могли экспортировать купальные костюмы.

Более того, понятие «репрезентативного спроса» полезно не только при сужении набора потенциально экспортных товаров, но и при прогнозировании характера реальной торговли между странами с неравными душевыми доходами. Япония, например, могла бы – или может – экспортировать велосипеды и импортировать автомобили, поскольку при преобладающем уровне душевого дохода спрос на автомобили здесь менее репрезентативен, чем на велосипеды. Автомобили импортировались бы из тех стран, в которых спрос на них более репрезентативен, а велосипеды экспортировались бы в те страны, в которых спрос на них менее репрезентативен. Что касается возможностей прогнозирования характера торговли, то обычно бывает нетрудно определить товары, репрезентативные для структуры спроса при данном уровне душевого дохода. В то же время оказалось затруднительным различать капиталоемкие и трудоемкие продукты, т.е. прогнозировать *a priori* характер торговли, исходя из описания факторных пропорций.

Предложенные нами обобщения, относящиеся к предсказуемым закономерностям характера реальной торговли, не претендуют на описание точной структуры сравнительных преимуществ той или иной страны. Мы не стараемся определить, почему немцы экспортируют фотоаппараты, а бельгийцы не экспортируют автомобили. Но все же нам известно, что точная модель специализации должна ограничиваться интервалом потенциально возможной при данных условиях торговли. Разумеется, сравнительные преимущества в сфере обрабатывающей промышленности можно объяснить применительно к каждому конкретному случаю, но в некоторых случаях это можно сделать лишь прибегнув к аргументам *ad hoc* (специально для данного случая), которые не являются значимыми в общем плане. В этом отношении относительно низкие притязания нашей теории по сравнению с подходом с позиций факторных пропорций, по-видимому, являются ее достоинством. Утверждение, что швейцарцы экспортируют часы, а датчане не экспортируют автомобили из-за различий в относительных соотношениях факторов производства, представляется необоснованным. А утверждение о том, что немцы экспортируют химические продукты, поскольку Германия щедро обеспечена таким фактором производства, как инженеры-химики, столь же возможно, как и другие тавтологические аргументы.

В тех случаях, когда сравнительное преимущество предсказуемо, модель торговли должна характеризоваться существенной стабильностью. Но можно ожидать, что в случаях, когда сравнительное преимущество непредсказуемо вне сферы того, что предполагается нашим понятием потенциальной торговли, модель специализации будет нестабильной. Однако даже в этих случаях с течением времени, *как только станет выявляться структура торговли*, тип специализации, скорее всего, станет стабильным.

Благодаря разделению труда естественные навыки будут развиваться и укрепляться в тех областях, которые стали типичными в каждой стране. Зарождающаяся модель торговли будет влиять на будущее окружение изобретателей и новаторов, деятельность которых в разных странах будет направляться в разные русла. Утвердятся различные формы экономии от масштаба. Реклама, направленная на формирование привычки к торговым маркам, закрепит определенную структуру потребления. Постепенно эти причины создадут разрыв между ценами, которые вначале могли быть почти идентичными, и придадут большую основательность хрупкой структуре сравнительных преимуществ. К примеру, Швейцария постепенно обеспечила себе фактическую монополию в производстве часов.

С другой стороны, по мере роста страны и увеличения дохода на душу ее населения будет изменяться структура спроса данной страны. Вследствие этого изменится набор потенциально экспортных – и, соответственно, реально экспортируемых – товаров. Это обстоятельство внесет в модель специализации элемент постепенного изменения, характер которого, однако, мы можем предсказать. Если бы Япония импортировала автомобили и экспортировала велосипеды, то спустя десятилетие она могла бы стать экспортером автомобилей и импортером велосипедов. Наши модели торговли, экономического роста и стагнации помогают нам изучить изменения модели торговли во времени; тем самым они помогут нам и определить, как определенная модель торговли *самоуничтожается* в силу воздействия торговли на рост и стагнацию экономики.

Итак, исходя из вышеуказанных обстоятельств, будет иметь место модель торговли, которая *a)* в некоторой степени случайна, *b)* не отличается особенной нестабильностью и *c)* постепенно изменяется во времени.

Однако наряду с силами, порождающими торговлю, существуют и *силы, разрушающие торговлю*, которые будут способствовать уменьшению объема реальной торговли по сравнению с потенциальной. Более того, они будут влиять и на торговлю сырьевыми продуктами.

Самой важной силой, разрушающей торговлю, вполне может оказаться то, что мы назовем «*фактором удаленности*». Предприниматели в различных уголках мира не настолько расширили горизонты своей торговли, чтобы охватить ею все страны. На самом деле в процессе экспансии лишь некоторые из них сумели расширить горизонты своей торговли за пределы своего внутреннего рынка. Тем самым объем действительной торговли тем ниже, чем больше такая удаленность реального расширения торговых горизонтов от потенциально возможного.

Транспортные издержки можно было бы отнести к рубрике «фактор удаленности». Но поскольку существуют психологические и многие другие причины, вследствие которых фактор удаленности будет значимым при любых обстоятельствах, транспортные затраты могут рассматриваться как фактор, разрушающий торговлю. Подобно фактору удаленности, транспортные издержки приводят к сокращению торговли пропорционально увеличению расстояния между странами.

Искусственные препятствия для торговли (тарифы и т. п.) также оказывают на нее разрушительное воздействие. Однако в этом случае отсутствуют такие географические закономерности, которые встречаются при убывании объема торговли по причине фактора удаленности или транспортных издержек.

Таким образом, если силы, порождающие торговлю, достаточны для реализации ее потенциала, то в этих пределах объем действительной торговли будет зависеть от интенсивности разрушающих сил.

Между какими странами наиболее интенсивна реальная торговля?

Потенциальная торговля продукцией обрабатывающей промышленности наиболее интенсивна между странами с аналогичными структурами спроса, т.е. странами с примерно одинаковыми уровнями душевого дохода. Но между какими странами наиболее интенсивной будет *реальная* торговля как сырьевыми продуктами, так и продукцией обрабатывающей промышленности?

Вначале постараемся определить интенсивность торговли только продукцией обрабатывающей промышленности. Силы, разрушающие торговлю, не только снижают уровень действительной торговли по сравнению с уровнем потенциально возможной торговли, но и вносят искажения в том смысле, что страны с аналогичными уровнями душевого дохода обязательно ведут более интенсивную торговлю друг с другом.

Фактор удаленности, например, может означать, что предприниматели даже не осведомлены о возможностях рынков в некоторых отдаленных странах, хотя они уже установили торговые отношения с ближе расположенными странами независимо от масштаба потенциальной торговли с этими странами. Существует особый, очень важный частный случай, когда следует ожидать, что фактор удаленности в реальности полностью расстроит потенциально интенсивную торговлю, а именно – случай экономически слаборазвитых стран. В этих странах многие местные предприниматели так и не расширили горизонты своей торговли, не слишком продвинувшись за пределы местного деревенского рынка. Внешняя торговля между такими

странами едва ли возможна независимо от степени схождения структур спроса. Таким образом, возможности торговли между странами, располагающими наибольшим числом предпосылок для развития торговли, могут остаться целиком неиспользованными. Вместо этого в торговле могут доминировать импортные товары, по которым проводится более агрессивный маркетинг со стороны промышленно развитых стран, причем эти товары до некоторой степени могут быть менее подходящими для данной страны по сравнению с продукцией третьих стран. Хотя потенциальный масштаб сбыта импортных товаров из промышленно развитых стран относительно мал, фактический объем импорта из этих стран в силу указанных причин может превышать объем импорта из стран с тем же уровнем дохода, что и в данной стране.

Но искажения в модель интенсивности торговли будут вноситься не только силами, разрушающими торговлю. Существуют также различные культурные и политические симпатии или антипатии, которые будут искажать характер торговли, не уменьшая её объема. Можно ожидать, что схождение языков и культур приведут к повышению интенсивности торговли, например, между странами Скандинавии.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что структура торговли продукцией обрабатывающей промышленности между странами с аналогичными структурами душевого дохода в реальности не будет обладать той определенностью, какую ей должны были бы придать силы, создающие торговлю. Но даже если это так, уровни душевого дохода все же являются важным фактором, определяющим характер реальной торговли.

Что же касается торговли сырьевыми продуктами, то нет оснований утверждать, что страны с одинаковыми уровнями душевого дохода должны вести более интенсивную торговлю друг с другом, чем с другими странами. Во-первых, две страны с одинаковыми уровнями дохода могут иметь конкурирующие друг с другом структуры природных ресурсов. В этом случае они менее склонны торговать друг с другом, чем со странами, располагающими теми ресурсами, которые отсутствуют в данных странах. Во-вторых, эластичность спроса в зависимости от уровня дохода для сырьевого продукта может быть такой, что относительно большое количество соответствующего сырьевого продукта будет приобретаться странами и с более низким, и с более высоким уровнем дохода, чем у страны-производителя этого продукта. Этот аргумент, связанный с эластичностью спроса в зависимости от дохода, неприменим к торговле продукцией обрабатывающей промышленности, так как готовый продукт может быть потенциально экспортным только в пределах узкого интервала доходов. Но сырьевые продукты пользуются спросом в широких интервалах доходов и могут экспортироваться, даже если они не пользуются спросом внутри страны-производителя.

Таким образом, если мы захотим точно определить, какое влияние на характер реальной торговли оказывает схождение уровней доходов на душу населения, то торговля сырьевыми продуктами будет представлять собой еще один искажающий фактор.

Если нам удастся изолировать влияние внешних помех, то мы сможем проверить нашу гипотезу о том, что структуры спроса являются важным фактором, определяющим характер реальной торговли. Кроме того, на основе эмпирических данных мы можем определить, насколько важным является схождение структур спроса – измеряемое схождением уровней душевого дохода – по сравнению с другими силами, влияющими на структуру реальной торговли.

После этого эмпирического экскурса мы воспользуемся сделанными нами выводами с тем, чтобы завершить это исследование воздействия торговли на структуру экономики и уровень благосостояния населения.