

# Применение теории несовершенной конкуренции к международной торговле

- Что меняется в международных потоках товаров, если отдельная фирма может влиять на цену товара как внутри страны, так и за ее пределами?
- Может ли монополистическое положение фирм являться причиной возникновения торговли между странами?
- Теория взаимного демпинга указывает на то, что монополистическое положение фирм в каждой стране может приводить к возникновению внутриотраслевой торговли

## Виды международных цен

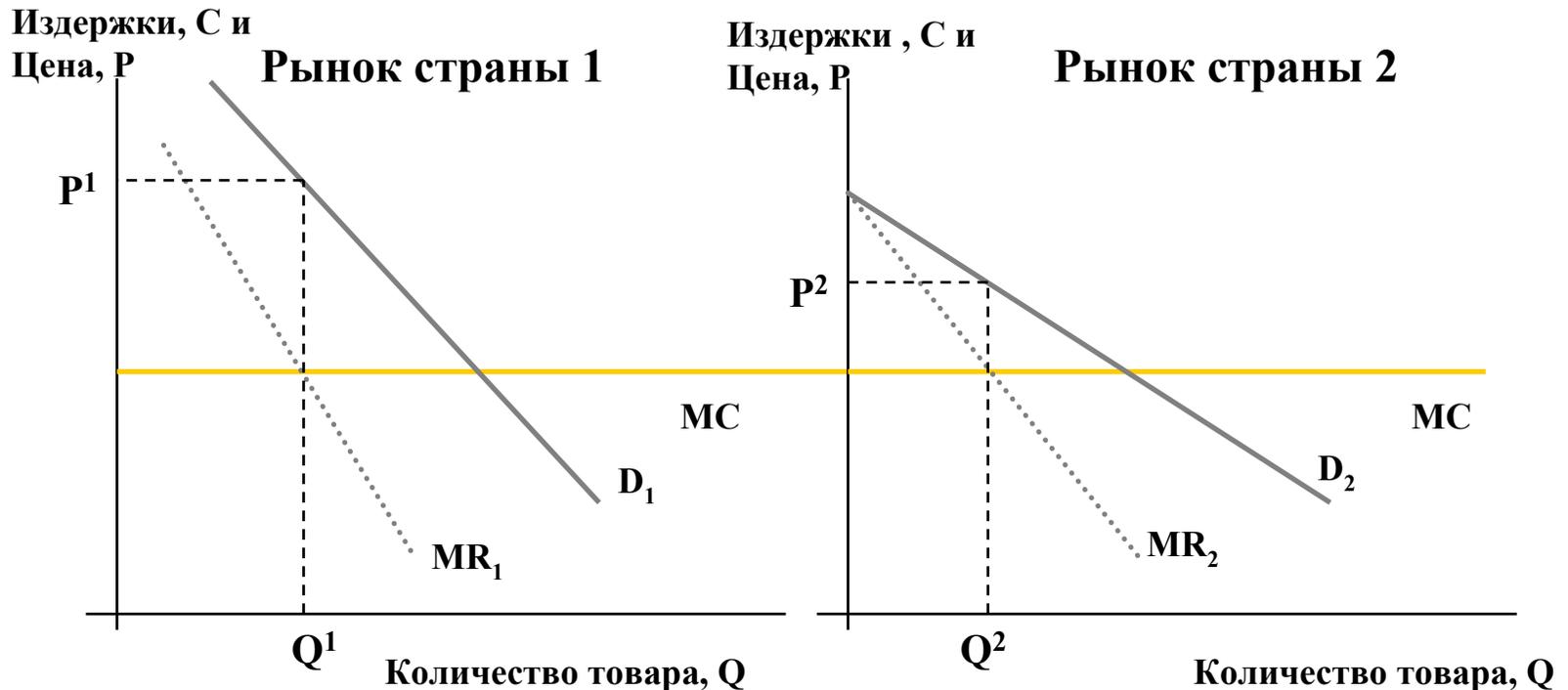
- ***FOB цена*** (free on board) - цена, назначенная производителем на товар при отгрузке с завода.
- ***CIF цена*** (cost-insurance-freight) цена, включающая транспортные издержки и страховку.

# Модель демпинга

Предположим, что монополист имеет постоянные предельные издержки  $MC$  на обоих рынках

Выбор цены монополистом определится из решения задач  $MC = MR_1 = MR_2$ .

В зависимости от характеристик спроса на рынках двух стран цены на этих рынках могут различаться.



При этом, ситуация, когда на рынке зарубежной страны фирма назначает цену ниже, чем на рынке своей страны, называется демпингом.

# Модель взаимного демпинга

- Основана на конкуренции по Курно двух фирм, находящихся в разных странах, на своем и иностранном рынках
- Взаимный демпинг снижает сводит на нет результат от прямого демпинга, когда фирма одной страны является монополистом на внутреннем и зарубежном рынке и имеет возможности дискриминировать – назначать более низкую цену за рубежом по сравнению с отечественной ценой.
- В модели взаимного демпинга возникает внутриотраслевая торговля.

## Предположения модели взаимного демпинга

- Рассматривается модель частного равновесие
- Первоначально на рынке каждой страны имеется один внутренний монополист
- После начала торговли монополия сменяется дуополией
- Потребители не имеют доступ на рынок другой страны
- Национальная фирма делит рынок с иностранной

# Как работает модель

- Приход иностранной фирмы увеличивает количество товаров и снижает цены
- Каждая из фирм снижает средние издержки производства, но теряет монопольную власть

# Работа с раздаточным материалом по модели

## **Почему модели демпинга важны для России**

- Российские фирмы довольно часто выступают ответчиками в антидемпинговых расследованиях, проводимых по искам американских фирм.
- Важно понимать, какие из антидемпинговых расследований имеют под собой экономические основания, а какие- политические.

# Антидемпинговая политика

Почему оно не всегда применяется?

- Пострадавшим нужно образовать коалицию для защиты своих интересов
- Затраты на сбор доказательств
- Время между подачей жалобы и вынесением судебного решения
- Ограниченный период действия антидемпинговых мер
- Политические мотивы

## **Торговая политика в случае несовершенной конкуренции**

- Выводы относительно торговой политики в случае несовершенной конкуренции изменяются. Например, субсидирование экспорта может оказаться выгодным с точки зрения национального благосостояния.
- Очевидно, любая экономика, экспортирующая товар в рамках данной модели, будет являться большой и оказывать влияние на мировые цены.

# Модель Брандера –Спенсера: торговая политика в модели дуополии

- Две фирмы из двух стран решают, производить или нет новый самолет

		<i>Аэробус</i>	
		Производить	Не производить
<i>Боинг</i>	Производить	-5	0
	Не производить	100	0

- Таблица выигрышей (в \$млн)

- Выигрыш фирмы зависит от стратегии, избранной другой фирмой

- **Важные особенности игры:**

- Если обе фирмы решают производить новый самолет, то обе несут потери
- Если фирма оказывается единственным производителем самолета, то она делает большую прибыль

- **Равновесие:**

- Преимущество имеет фирма, которая действует быстрее. Тот, кто первый приходит на рынок, захватывает его целиком, при этом у другой фирмы пропадают стимулы производить самолет. Таким образом, выигрывает тот, кто ходит первым и в данной игре нет единственного равновесия
- Фирма может захватить рынок, если она может продемонстрировать конкуренту заслуживающую доверия решимость войти на рынок.

# Торговая политика: случай субсидий Аэробусу

- Целевые государственные субсидии экспортеру могут служить заслуживающей доверия демонстрацией намерений войти на рынок

- Предположим, что ЕС гарантирует Аэробусу субсидии в размере \$25 млн. в случае его входа на мировой рынок

- Это изменит матрицу выигрышей, изменится выигрыш Аэробуса в случае вхождения на рынок

- Теперь

- Для Аэробуса становится выгодно разрабатывать самолет независимо от решения Боинга.
  - Зная, что Аэробус будет разрабатывать новый самолет в любом случае, Боинг откажется от этой идеи.

- Равновесие с субсидиями

- Субсидии государства являются убедительным свидетельством того, что Аэробус получит весь рынок и Боинг не будет входить на него. Субсидии ЕС защищают местного производителя и являются мерой протекционистской политики.

		Аэробус	
		Производить	Не производить
Боинг	Производить	-5 / 20	100 / 0
	Не производить	0 / 125	0 / 0

# Когда приложимы аргументы стратегической торговой политики?

- Выигрыш страны от целевых государственных экспортных субсидий зависит от того, как государственная интервенция влияет на стратегическое взаимодействие отечественной и зарубежной фирмы.
- Главную роль может играть заслуживающая доверия демонстрация намерений инвестировать большие средства в капитал или НИОКР
- Субсидии конкурирующей фирме служат сигналом отказаться от защиты отечественного производителя.
- Почему экспортные субсидии, а не субсидии местным производителям?
  - Целевое субсидирование экспорта приводит к росту прибыли местного производителя за счет потерь иностранного конкурента. Это позволяет исключить анализ потребительского излишка из рассмотрения торговой политики.

## **К каким отраслям приложимы аргументы стратегической торговой политики?**

- **В отрасли должны быть существенные барьеры для входа на рынок**
  - Важно, чтобы отдача от захвата рынка превышала расходы на субсидии
- **В отрасли должны быть серьезные иностранные игроки**
  - Выигрыш от субсидии происходит за счет захвата доли рынка иностранного конкурента.
- **Высокий уровень концентрации производства в отрасли внутри страны**
  - Отечественная отрасль должна быть по крайней мере не менее сконцентрирована, чем в стране- конкуренте.
- **Цены на факторы производства должны вырастать незначительно в следствие субсидирования**
  - Не должно быть сильных профсоюзов или очень дефицитных факторов производства.
- **Целевое субсидирование наиболее эффективно в случаях, когда**
  - Отечественная отрасль имеет меньшие издержки, чем иностранная
  - Существенная экономия от масштаба при увеличении производства
- **Отрасль является особенно хорошим кандидатом, если**
  - НИОКР и капитал являются важнейшими издержками для завоевания рынка конечного продукта.

# Проблемы выработки стратегической торговой политики

- **Какую именно отрасли нужно помогать?**
  - В случае ограниченности какого-то ресурса субсидии одной отрасли будут мешать развиваться другим отраслям.
  - Нужно отдавать предпочтения не наиболее успешной отрасли, а отрасли, где возможна наибольшая отдача от ухода иностранного конкурента. Как это измерить в реальной жизни? Информации недостаточно.
- **Угроза иностранного возмездия**
  - Стратегическая торговая политика относится к разряду политик «разори соседа», которые позволяют отнять часть прибыли у соперника в пользу отечественной фирмы.
  - В этом случае логично ожидать ответного хода другой страны, в этом случае потери могут быть у всех стран и фирм., торгующих на этом рынке.
- **«Захват государства» в отношении торговой политики**
  - Торговая политика весьма подвержена влиянию определенных групп интересов, к примеру, фирм-экспортеров.
  - В этих условиях выбор целевой отрасли не будет оптимален, а соответственно меньше прибыли, а , с большой вероятностью, и потери.