Потребитель предпочитает разнообразие, или Почему Швеция экспортирует Volvo и импортирует ВАЗ

Юлия ВЫМЯТНИНА,
профессор
по макрофинансам,
Школа вычислительных
социальных наук
(позиция учреждена
при поддержке Lamoda),
Европейский университет
в Санкт-Петербурге

В 2008 г. премия Шведского национального банка по экономическим наукам памяти Альфреда Нобеля была присуждена Полу Кругману (Принстонский университет, США) «за анализ структуры торговли и размещения экономической активности». Кругман доработал существующие теории международной торговли, чтобы объяснить новые факты, а затем использовал эти же модели для объяснения явлений агломерации и миграции.

Для человека со стороны, который бы прочитал качественный обзор литературы по международной торговле к концу 1970-х гг., могло бы остаться непонятным, в чем именно заключался вклад Кругмана: большинство выводов, которые делаются в его знаковых статьях, уже были описаны в работах Бертиля Олина[1], Альберта Хиршмана[2], Гуннара Мюрдаля[3] (и это только самые известные имена). Однако экономисты точно знают, что одна хорошая модель стоит тысячи слов, т. к. позволяет описать механизмы, порождающие рассматриваемое явление, сделать выводы для разных контекстов и сформулировать гипотезы, которые можно проверять на практике. Кругман сделал именно это, причем сразу для двух областей экономики — международной торговли и пространственной экономики.

Известная большинству интересующихся экономикой людей теория

Если производитель получает возможность выпускать много, он становится локальным монополистом в производстве этого товара

[1] Бертиль Олин (1899–1979) — шведский экономист, в 1977 г. получил Нобелевскую премию по экономике «за первопроходческий вклад в теорию международной торговли и международного движения капитала» вместе с британским экономистом Джеймсом Мидом.

[2] Альберт Хиршман (1915–2012) — американский экономист немецкого происхождения, известен работами в области экономики развития, в которых подчеркивал, что люди нерациональны, а потому никакие социальные институты не являются идеальной версией себя и существенно зависят от локального контекста.

[3] Гуннар Мюрдаль (1898–1987) — шведский экономист и социолог, в 1974 г. получил Нобелевскую премию по экономике «за основополагающие работы по теории денег и глубокий анализ взаимозависимости экономических, социальных и институциональных явлений».

сравнительных преимуществ Давида Рикардо гласит, что при наличии международной торговли страны имеют тенденцию к специализации: каждая страна будет фокусироваться на производстве тех товаров и услуг, которые она производит с относительно меньшими издержками (т. е. в производстве которых у нее есть технологическое преимущество). В начале 1920-х гг. Эли Хекшер[4] и Бертиль Олин сформулировали уточнение к теории Рикардо: страны будут специализироваться на экспорте тех товаров, в производстве которых в большей степени используется тот фактор производства, который имеется у этой страны в относительном избытке. Таким образом, что страна будет экспортировать, а что — импортировать, должно было бы определяться технологиями и относительным преимуществом в факторах производства. В этой логике Китай начала 1990-х гг. имел преимущество в количестве рабочей силы и использовании относительно несложных технологий для производства широкого спектра товаров на экспорт.

Однако логика Рикардо и Хекшера — Олина не позволяет объяснить, почему при наличии национального автомобильного бренда Volvo меня чуть не сбила на острове Готланд машина со шведскими номерами марки… ВАЗ-2104. Хозяин автомобиля, убедившись, что я цела, и узнав, что я из России, рассыпался в комплиментах российскому автопрому: машина надежная, проходимая, дешевая в эксплуатации и починке. И все это — несмотря на то, что у Volvo есть совершенно аналогичные модели, а доставать запчасти в 1990-х гг. к ВАЗу в Швеции было явно сложнее, чем к Volvo. Модели международной торговли не могли объяснить т. н. внутриотраслевую торговлю, когда страны продают и покупают друг у друга примерно одни и те же товары.

Кругман предположил, что потребители предпочитают разнообразие: при наличии возможности (дохода) они будут покупать понемногу разных товаров, нежели концентрироваться на каком-то одном товаре в каждой категории. При этом исследователи экономики фирмы обратили внимание, что многие промышленно производимые товары характеризуются положительной отдачей от масштаба: чем больше объем производства, тем ниже издержки на единицу продукции (из-за высоких фиксированных издержек) и тем выше прибыль производителя. Если производитель получает возможность выпускать много, он становится локальным монополистом в производстве этого товара — для поклонников конкретного бренда близких заменителей нет, хотя некоторая часть потребителей будет пробовать новое и переключаться[5]. Получается монополистическая конкуренция: производитель производит уникальный товар и действует, как монополист, но с точки зрения спроса ограничен близкими конкурентами.

Первоначальная модель Кругмана не учитывала транспортные издержки, однако их включение в модель может объяснить т. н. эффект домашнего рынка

Если сочетать любовь потребителей к разнообразию с возможностью снижения издержек на единицу продукции при росте выпуска, можно получить объяснение того, почему страны продают друг другу разные марки автомобилей. Кругман показал это в рамках простой модели[6], для описания которой хватило десяти страниц. Фактически любовь потребителей к разнообразию расширяет рынок каждого отдельного производителя за пределами страны, в которой он оперирует. В логике Кругмана страны с одинаковыми технологиями и количествами факторов производства всё равно будут торговать друг с другом, т. к. это повышает благосостояние, удовлетворяя любовь потребителей к разнообразию: в каждой из стран потребителям будет доступно в пределе в два раза больше товаров.

В простейшей модели Кругмана количество разных товаров, которые можно будет произвести в рамках одной страны, определяется наличием факторов производства (труда) и существующими технологиями. В этом смысле его модель учитывает предыдущие достижения в области международной торговли, дополняя их соображениями из смежных областей. При этом важно, что чем больше в стране необходимых факторов производства, тем большее количество товаров можно произвести с меньшими издержками и большей выгодой для потребителя — уровень цен будет ниже, а вознаграждение факторов

[4] Эли Хекшер (1879–1952) — шведский экономист и историк экономики, учитель Бертиля Олина; известен книгой о меркантилизме и вкладом в развитие теории международной торговли.

[5] См. Dixit, A. and J. Stiglitz (1977), «Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity», American Economic Review 67, 297–308.

[6] Krugman, P. (1979), «Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade», Journal of International Economics 9, 469–479.

производства (в первую очередь зарплата) выше.

Тогда страна, в которой, например, больше населения, становится привлекательной для работников из соседних стран — при возможности миграции население изначально более крупной страны возрастает. При этом чем больше населения в стране, тем больше разнообразие производимых товаров и тем более привлекательна страна для новых мигрантов. Эта логика может объяснить и формирование крупных городских агломераций в рамках небольшой модификации той же модели[7]. Если предположить, что население, занятое в сельском хозяйстве, не склонно к миграции, а производственная функция аграрной отрасли характеризуется постоянной отдачей от масштаба (и хорошо, если не убывающей, как в теории Мальтуса), а прочие работники легко мигрируют в места с более высокой зарплатой и более высоким доступным разнообразием товаров, то изначально более крупные города будут расти быстрее, чем следующие за ними по размеру. Этот результат известен под названием «ядро-периферия».

Правда, это не единственный возможный исход в этой модели — в какой-то момент фирмы могут обнаружить, что при перемещении в менее населенные районы они могут оказаться в более выигрышном положении — при меньшем количестве фирм монополистическая конкуренция может сводиться к олигополии или даже чистой монополии. Более высокие прибыли и необходимость привлечь рабочих означают и более высокие зарплаты. В итоге часть фирм и работников может переместиться из мегаполиса в город меньшего размера и оказаться в выигрыше. На итоговый результат будут также влиять и другие факторы: цены на землю и недвижимость, развитие узких мест (включая транспортные пробки) по мере роста величины города и т. п. Таким образом, модель дает разные результаты в зависимости от того, какой контекст задан на входе. В частности, результаты могут меняться при изменении транспортных издержек.

Первоначальная модель Кругмана не учитывала транспортные издержки, однако их включение в модель может объяснить т. н. эффект домашнего рынка — ситуации, когда производство товаров с высокими транспортными издержками концентрируется в странах с большим населением. Если производство товара характеризуется положительной отдачей от масштаба и существенными транспортными издержками, логично размещать производство ближе к основной массе потребителей. Поэтому крупное производство автомобилей в условном Вьетнаме менее вероятно, чем в Китае или Индии, тогда как текстильное производство может располагаться и в небольших по размеру населения странах.

Отметим, что модель Кругмана не учитывает того, что по мере роста дохода на душу населения в стране растет и сектор услуг, который, как правило, не имеет положительной отдачи от масштаба, требует значительного количества рабочих рук при соразмерной производственному сектору оплате труда и по большей части не участвует в международной торговле. Эта сфера анализа в рамках пространственного размещения пока не затронута и может стать крайне актуальной в сочетании с демографическими изменениями (старением населения).

Говоря о вкладе Кругмана в экономическую науку, стоит упомянуть еще два момента. Во-первых, Кругман анализировал стратегическую торговую политику — введение торговых барьеров с целью повышения благосостояния отдельной страны. В монографии Кругмана и Хелпмана[8] показано, что введение тарифов на импорт может привести к снижению цен внутри страны. Однако введенные Трампом тарифы, по мнению Кругмана, являются не стратегической торговой политикой, а катастрофой, поскольку совершенно игнорируют накопленное в экономике знание о том, как работает международная торговля.

Во-вторых, Кругман является автором работы, в которой он построил модель межгалактической торговли, произведя «серьезный анализ забавной проблемы, что в точности противоположно тому, что обычно делается в экономической науке»[9]. Эта статья — один из лучших примеров экономических шуток, которая к тому же идеально иллюстрирует экономический способ мышления. Если у вас есть время полистать только один текст Кругмана, лучше всего почитайте ее!

В монографии Кругмана и Хелпмана показано, что введение тарифов на импорт может привести к снижению цен внутри страны

[7] Krugman, P. (1991), «Increasing Returns and Economic Geography», Journal of Political Economy 99, 483–499.

[8] Helpman, E. and Krugman, P. (1985), Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy, Cambridge, MA: MIT Press.

[9] Krugman, P., «The Theory of Interstellar Trade Working Paper», July 1978. (Economic Inquiry 48: 1119–1123 (2010)) https://www.princeton.edu/~pkrugman/interstellar.pdf.