



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н.
ГУМИЛЕВА
L.N. GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY

**«ЖҮЙЕЛІК КӘСПКЕРЛІК: УНИВЕРСИТЕТТЕРДІҢ, БИЗНЕС
ПЕН МЕМЛЕКЕТТІҢ КООПЕРАЦИЯСЫНЫҢ АҒЫМДАҒЫ
ЖАҒДАЙЫ МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ»**

*Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ*

СБОРНИК ТРУДОВ

Международной научно-практической конференции

**«СИСТЕМНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ТЕКУЩЕЕ
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ КООПЕРАЦИИ
УНИВЕРСИТЕТОВ, БИЗНЕСА И ГОСУДАРСТВА»**

WORKS

of the International scientific and practical conference

**«SYSTEMIC ENTREPRENEURSHIP: THE CURRENT STATE
AND PROSPECTS OF COOPERATION BETWEEN
UNIVERSITIES, BUSINESS AND THE STATE»**

Нұр – Сұлтан, 2022

УДК 330
ББК 65
Ж 85

Рецензенты: вице-президент университета «Туран», д.э.н., профессор Алиев О.Ж.

профессор Евразийского национального университета им.Л.Н.Гумилева, к.э.н. Мажитов Д.М.

Редакционная коллегия

Майдырова А.Б. – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой, Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилева, г.Нур-Султан

Мырзахмет Ж.К. – PhD, доцент, Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилева, г.Нур-Султан

Мырзахмет М.К. – к.ф/м.н., доцент Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилева, г.Нур-Султан

Ауелбекова А.К. – к.э.н., доцент, Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилева, г.Нур-Султан

ISBN 978-601-337-675-2

«Жүйелік кәсіпкерлік: университеттердің, бизнес пен мемлекеттің кооперациясының ағымдағы жағдайы мен перспективалары» халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының еңбектер жинағы. –Нұр-Сұлтан: Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2022. -224б.

Сборник трудов международной научно-практической конференции «Системное предпринимательство: текущее состояние и перспективы кооперации университетов, бизнеса и государства». –Нур-Султан: Евразийский национальный университет им.Л.Н.Гумилева, 2022. -224с.

Works of the International scientific and practical conference «Systemic entrepreneurship: the current state and prospects of cooperation between universities, business and the state». - Nur-Sultan: L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2022. -224p.

УДК 330
ББК 65

ISBN 978-601-337-675-2

© Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2022

© Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2022

© L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2022

Үндістанда жүзеге асырылған көлік инфрақұрылымын жақсарту ауыл шаруашылықтары мен фирмаларының өсуіне ықпал етті, ауыл шаруашылығының негізгі экономикалық артықшылығы - көлік инфрақұрылымы – ауыл азаматтарын жаңа жұмыс орындарымен қамтамасыз етті.

“НОВАЯ” ЭКОНОМИКА ТОРГОВЫХ СОГЛАШЕНИЙ: ОТ ТОРГОВЛИ ЛИБЕРАЛИЗАЦИЯ К КОНВЕРГЕНЦИИ РЕГУЛИРОВАНИЯ?

(Джин М. Гроссман, Филипп Маккалман и Роберт У. Стейгер. Working Paper 26132 <http://www.nber.org/papers/w26132>)

Сиксимбаева Гаухар Тулегеновна

Siimbayeva_g@mail.ru

докторант ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – Т.Азатбек

Какие стимулы есть у правительств для заключения торговых соглашений, ограничивающих их внутреннюю регулятивную политику?

Эффективное торговое соглашение требует обязательств не участвовать в таком оппортунистическом поведении. Правило, требующее взаимного признания стандартов, может быть использовано для достижения эффективности, но правило, требующее только национального режима, оказывается недостаточным. В тех случаях, когда атрибуты продукта обуславливают внешние эффекты местного потребления, эффективное торговое соглашение должно согласовывать мелкие детали стран (регулятивная политика).

Переговоры на многостороннем, региональном и двустороннем уровнях оказались весьма успешными в деле снижения традиционных барьеров в международной торговле.

Всемирный банк сообщает, что средневзвешенная применяемая тарифная ставка по всем торгуемым товарам в 2017 году составила менее 2,6%.

В 1939 году средние применяемые тарифы составляли 23,3% во Франции, 32,6% в Германии, 29,6% в Соединенном Королевстве и 13,3% в Соединенных Штатах и даже выше во многих небольших странах. Тем самым, квотные ограничения, которые были повсеместно распространены в более ранние периоды, были практически устранены. Благодаря этому успеху торговое сообщество переключило свое внимание на различные нетарифные барьеры (НТБ), которые все еще оставляют мировые рынки далеко не интегрированными. К числу НТБ, которые подвергаются наибольшему изучению, относятся те, которые возникают из-за различий во внутреннем регулировании или того, что Сайкс (Sykes, 1999a, 1999b) назвал “регулятивной неоднородностью”. Международные правила регулирования процедур лежат в основе технических барьеров в торговле (ТБТ) Соглашение и Санитарное и фитосанитарное соглашение (СФС), которые были заключены в рамках Уругвайского раунда

торговых переговоров. Они стали предметом дальнейших переговоров на региональном уровне в рамках недавно заключенного Транстихоокеанского партнерства (ТТП-11) и обеспечивают основной импульс для Трансатлантической торговли и инвестиций.

Переговоры о партнерстве (ТТП) между Соединенными Штатами и Европой. Правительства регулируют коммерческое поведение по множеству причин. Поддержка нормативных актов культурные нормы, решают вопросы охраны окружающей среды, здоровья и безопасности, противостоят проблемам, возникающим из-за асимметрии информации между производителями и потребителями, и защищают общества от системных рисков в финансовом, телекоммуникационном и ИТ-секторах, среди прочего. Но торговое сообщество давно признало, что правительства могут также использовать свои регулирующие полномочия для достижения меркантилистских целей. Нормативные акты могут явно отдавать предпочтение отечественным фирмам перед иностранными, или они могут быть внешне нейтральными, но все же накладывать неравные издержки и тем самым препятствовать глобальной конкуренции. Более того, как подчеркивается в экономической литературе по торговым соглашениям, если правительства не будут учитывать иностранные интересы при разработке внутренней политики, глобальная неэффективность проявится даже при отсутствии каких-либо протекционистских намерений (см., например, Bagwell and Staiger (2002) и Grossman (2017)). Лами (2015, 2016) выделяет особый международный экстернализм, который может возникнуть в результате регулятивного диссонанса. Фирмы, которые обязаны соблюдать различные правила для своих различных рынков должны производить несколько вариантов своей продукции, часто за счет заранее упущенной экономии от масштаба. Эти оценки интерпретированы в контексте структурной модели и оценивается модель несовершенной конкуренции, которая наилучшим образом соответствует данным и ее последствиям для благосостояния.

“Новое торговое соглашение” (НТА), которое достигает глобальной эффективности, оговаривая не только кооперативные торговые налоги, которые составляют основу “старого торгового соглашения” (ОТА), но и то, как правительства должны оптимально устанавливать свои стандарты в свете международных внешних эффектов, которые они создают. Наш анализ расширяет Venables (1987), который представляет собой модель торговли горизонтально дифференцированными продукцией в условиях монополистической конкуренции и при наличии конкурентно производимого “извне” товара.

Альтернативные варианты того или иного бренда являются в глазах потребителей идеальными заменителями, но жители двух стран оценивают их по-разному.

Одна из интерпретаций заключается в том, что возможные варианты бренда горизонтально дифференцированы и что жители двух стран воспринимают разные идеальные варианты.

Другая интерпретация заключается в том, что варианты дифференцированы по вертикали, и в то время как потребители во всем мире признают эти различия в качестве, те, кто в одной стране ценит качество выше. В любом случае термин, который зависит от атрибутов бренда, входит в полезность как специфический для страны “сдвиг спроса” в стандартной формулировке CES.

Фирмам позволяется адаптировать свои предложения к их целевым рынкам либо для удовлетворения вкусов потребителей и тем самым стимулировать спрос, либо для удовлетворения стандартов, установленных местными регулирующими органами. Хотя фирмы могут поставлять различные версии своих брендов, они несут дополнительные постоянные затраты на адаптацию дизайна или на обслуживание нескольких объектов, как это предложил Лами.

В первом случае предполагается, что полезность индивида зависит только от характеристик товаров, которые он сам потребляет. Однако, мотивы государственного регулирования становятся сильнее, когда индивидуальный выбор того, какие товары потреблять, оказывает влияние на другие. Такие внешние эффекты потребления возникают естественным образом для многих, хотя и не для всех, товаров и услуг, подпадающих под действие стандартов

Люди, которые беспокоятся об определенных способах производства по культурным или религиозным причинам, скорее всего, будут заботиться о том, как были произведены товары, потребляемые другими. И функционирование интернета и финансового сектора зависит от выбора, сделанного всеми потребителями, поскольку они влияют на совместимость и сетевые внешние эффекты.

Новая модель включает в себя транспортные расходы, которые генерируют эффект внутреннего рынка. Как следствие, фирмы продают относительно больше на местном рынке, чем на экспортном. Это влияет на их оптимальный выбор дизайна. Фирмы, максимизирующие прибыль, особенно ориентируются на местные вкусы, учитывая относительно большую важность этого рынка для их прибыли. Учитывая дополнительные постоянные затраты на разработку вторых продуктов, которые сильно отличаются от основных продуктов, продаваемых внутри страны, фирмы в нашей модели продают на своем экспортном рынке продукты, которые находятся дальше от оффшорного идеала, чем продукты, предлагаемые там местными фирмами.

Другими словами, у экспортеров во всем мире есть законные причины для производства товаров, которые менее привлекательны для удаленных потребителей, чем те, которые предлагают местные производители. И хотя местные органы власти могут не заботиться о прибылях иностранных производителей, они заботятся о ценах и разнообразии товаров, доступных их избирателям. Соответственно, такая модель имеет экономическое обоснование нормативной неоднородности и даже “дискриминационного” отношения к товарам различного происхождения.

В любом случае на мировой рынок поставляется только два вида товаров, тогда как эффективность требует, чтобы их было четыре. Так, в равновесии Нэша каждое правительство объявляет (по крайней мере) два стандарта, один из которых максимизирует прибыль для своих фирм в их местных продажах, а другой-максимизирует прибыль для своих фирм в их экспортных продажах. Когда правительство-импортер обязано принимать товары, которые имеют эти последние характеристики, результат тот же, что возникает без какого-либо регулирования,

В этой обстановке, оптимальная НТА имеет положительные чистые тарифы, а необходимые потребительские субсидии отличаются от тех, которые компенсируют монопольные искажения. Оптимальная комбинация стратегий побуждает индивидов заменять товары, дающие относительно меньшие внешние эффекты; как правило, это товары местного производства, за исключением случаев, когда импорт более высокого качества. Наконец, оптимальные стандарты - хотя и не полностью гармонизированные между странами и не сходные для импорта и внутренних товаров - больше не совпадают с теми, которые максимизируют прибыль фирмы будут проектировать самостоятельно. Без регулирования фирмы в обеих странах не имеют достаточного стимула дифференцировать местные и экспортные версии своих брендов, поскольку потребительский спрос недостаточно чувствителен к отклонениям от местного идеала, когда люди игнорируют неблагоприятные последствия своего выбора продукта.

Оптимальная НТА требует стандартов, которые побуждают все фирмы разрабатывать продукты ближе к идеалу на целевых рынках по сравнению с тем, что они выбрали бы, если бы их оставили без ограничений для максимизации прибыли. Интересно, что эффективные стандарты более снисходительны к импорту, чем к местной продукции, что отражает дифференцированные издержки, с которыми сталкиваются различные фирмы при соблюдении строгих правил.

В регулируемом равновесии выбор фирмами характеристик продукта осуществляется с учетом ограничений, налагаемых политикой.

В самом строгом регулирующем режиме правительства прямо оговаривают характеристики товаров, которые могут быть проданы на их рынках, и в этом случае фирмам остается только выбирать, обслуживать рынок или нет. Более снисходительно правительства могли бы определить наборы допустимых характеристик.

Рассматриваются как строгие, так и разрешительные правила, уделяя особое внимание политике (Рис.1).

Регулируемое равновесие, в котором активные фирмы в обоих местах предпочитают обслуживать оба рынка. Это ни в коем случае не гарантируется в рассматриваемых условиях, поскольку продукты, которые удовлетворяют стандартам на экспортном рынке, могут настолько отличаться от тех, которые делают это на местном рынке, что фирмы не могут получить достаточную

прибыль, чтобы покрыть расходы на предоставление таких несопоставимых версий своего бренда.



Рисунок 1. Институциональные Правила признания торговых соглашений

Однако интуитивно и легко установить, что фирмы предпочтут обслуживать оба рынка для любой пары возможных стандартов при условии, что отношение предельных проектных затрат к предельным производственным затратам достаточно мало.

Новое Торговое соглашение (НТА), который ограничивает использование торговых налогов, налагает национальный режим на использование правительствами потребительских субсидий и который непосредственно влияет на их выбор стандартов продукции.

В других контекстах торговые соглашения, предусматривающие совместный выбор правил, называются “глубокой интеграцией”. Более мелкие формы интеграции принято называть Старыми Торговыми соглашениями (ОТА).

Кроме этого различают:

1) соглашение о свободной торговле (ФТА), которое налагает нулевые тарифы и экспортные налоги, но оставляет правительствам полную свободу устанавливать свою регулируемую политику,

2) ФТА, подобная вышеупомянутой, которая дает правительствам свободу выбирать свои правила, подчиняющиеся правилу национального режима,

3) ФТА, подобное вышеупомянутому, которое дает правительствам свободу выбирать свои правила, подчиняющиеся правилу взаимного признания.

Чтобы определить лучшее торговое соглашение, необходимо найти чистые торговые налоги, субсидии на потребление и характеристики продукта, которые максимизируют глобальное благосостояние. При горизонтальной дифференциации между версиями бренда идеал соответствует той версии, которая максимизирует сдвиг спроса. При вертикальной дифференциации идеал потребителя отражает не только его вкус к более высокому качеству, но и его признание того, что качество имеет свою цену.

Потребительские субсидии могут компенсировать монопольное ценообразование, как это было бы при одностороннем выборе каждого правительства, учитывая, что ОГА предусматривает нулевые чистые торговые налоги. На вопрос будут ли правительства принимать эффективные регулятивные решения если бы им было позволено выбирать свои стандарты свободно и без сотрудничества.

Цель каждого правительства - просто минимизировать местный индекс цен. Старые торговые соглашения охватывают традиционные протекционистские инструменты, такие как тарифы и квоты.

Новые торговые соглашения расширяют международное сотрудничество на более широкий набор инструментов политики, включая внутренние нормативные акты и стандарты на продукцию. В этой статье авторы ввели межстрановую гетерогенность предпочтений в привычную модель торговли дифференцированными продуктами.

Авторы использовали свою модель для изучения потребности в международных предложениях, чтобы удовлетворить местные вкусы, сталкиваясь с постоянными затратами, которые увеличиваются с различием характеристик версий, предназначенных для разных рынков. В отсутствие внешних факторов характеристики продукта, выбранные максимизирующими прибыль фирмами, являются глобально оптимальными, но правительства имеют односторонние стимулы использовать коварные правила в попытке вызвать делокацию фирмы

Старые торговые соглашения охватывают традиционные протекционистские инструменты, такие как тарифы и квоты. Новые торговые соглашения расширяют международное сотрудничество на более широкий набор инструментов политики, включая внутренние нормативные акты и стандарты на продукцию. В этой статье авторы ввели межстрановую гетерогенность предпочтений в привычную модель торговли дифференцированными продуктами.

Авторы использовали свою модель для изучения потребности в международных предложениях, чтобы удовлетворить местные вкусы, сталкиваясь с постоянными затратами, которые увеличиваются с различием характеристик версий, предназначенных для разных рынков. В отсутствие внешних факторов характеристики продукта, выбранные максимизирующими прибыль фирмами, являются глобально оптимальными, но правительства имеют односторонние стимулы использовать коварные правила в попытке вызвать делокацию фирмы.