**Text 1.1.**

**AN OPEN ECONOMY**

Most economies at present are global economies. They are integrated in terms of finance, trade and culture. The foreign exchange market, equity and commodity markets are aligned with each other on the national as well as at the global level. Domestic and international trading of equities, shares and commodities are allowed in almost all countries. Export promotion yields more foreign exchange when there is an exchange rate depreciation. The monetary policy of the reserve bank affects the supply of money. A higher money supply leads to a rise in prices while lowering the interest rate. When domestic interest rates are low, international investors withdraw their money, and invest it where higher returns can be had. The supply of money, the interest rate, and the exchange rate policies decide the volume of capital inflow and outflow.

Открытая экономика

В настоящее время большинство экономик являются глобальными. Они интегрированы с точки зрения финансов, торговли и культуры. Валютный рынок, фондовые рынки и товарные рынки согласованы друг с другом как на национальном, так и на глобальном уровне. Внутренняя и международная торговля капиталом, акциями и товарами разрешена почти во всех странах. Стимулирование экспорта дает больше иностранной валюты при снижении обменного курса. Денежно-кредитная политика резервного банка влияет на предложение денег. Более высокая денежная масса приводит к росту цен при понижении процентной ставки. Когда внутренние процентные ставки низкие, международные инвесторы изымают свои деньги и инвестируют их там, где можно получить более высокую прибыль. Предложение денег, процентная ставка и политика обменного курса определяют объем притока и оттока капитала.

**The balance of payments and the exchange rate**

The balance of payments and the exchange rate are linked with each other. The balance of payments is a record of all the monetary transactions a country has with the rest of the world. The balance of payments is mainly divided into current and capital accounts. The current account is influenced by the exports and imports of a country and includes the transfer of payments. Services as freight, royalty payments and interest payments are also included, as well as net investment income and the interest and profits on assets. Transfer payments mainly consist of remittances, gifts and grants. The trade balance consists of the trade in services and the net transfers. A deficit in the balance of payments is defined as the payment of a country's residents in that country's balance of payments, for, for example, imports of cars, foreign gifts, machinery, etc. Such imports increase the current account deficit. But the export of agricultural commodities, machinery, garments, and other products improves the current account deficit and could result in a surplus in the country's current account. Similarly, if net transfers exceed net payments, then there is a capital account surplus. If the current account along with the capital account are in surplus, then the country can have a surplus in its balance of payments.

Purchases, and the sale of assets are recorded in the current account, which also consists of stocks and bonds. When the receipts from the sale of stocks, bonds, bank deposits and other assets exceed payments for purchases of the foreign assets, the net capital flow is positive.

**Платежный баланс и обменный курс**

Платежный баланс и обменный курс связаны друг с другом. Платежный баланс - это запись всех денежных операций страны с остальным миром. Платежный баланс в основном делится на текущие счета и счета движения капитала. На текущий счет оказывает влияние экспорт и импорт страны и включает перевод платежей. Также включены такие услуги, как фрахт, роялти и процентные платежи, а также чистый инвестиционный доход, проценты и прибыль по активам. Трансфертные платежи в основном состоят из денежных переводов, подарков и грантов. Торговый баланс состоит из торговли услугами и чистых трансфертов. Дефицит платежного баланса определяется как платежи жителей страны в этом платежном балансе, например, за импорт автомобилей, иностранных подарков, оборудования и т. д. Такой импорт увеличивает дефицит текущего счета. Но экспорт сельскохозяйственных товаров, машин, одежды и других товаров улучшает дефицит текущего счета и может привести к профициту текущего счета страны. Аналогичным образом, если чистые трансферты превышают чистые платежи, тогда возникает профицит счета движения капитала. Если текущий счет вместе со счетом капитала имеют положительное сальдо, то страна может иметь положительное сальдо платежного баланса.

Покупки и продажа активов отражаются на текущем счете, который также состоит из акций и облигаций. Когда поступления от продажи акций, облигаций, банковских депозитов и других активов превышают платежи за покупку иностранных активов, чистый поток капитала является положительным.

**FRAMEWORK AND METHODOLOGY**

To evaluate at food company level quality costs in general and traceability costs in particular, we relied on two sources of information. First, the data and analysis present in the food quality management literature was analysed. Second, we conducted a qualitative and exploratory research at food company level. Based on a topic list, 17 food companies in Belgium were interviewed about their investments and costs related to food quality management. Food quality managers where asked for the reasons for realising the investments and costs, focusing on competitive, consumer, retailer or regulatory pressures. The data related to costs and investments were collected from the internal cost price calculations. It means that during most interviews both the quality and financial manager participated in the discussion.

To assess consumer perception of traceability in the meat supply chain, the research framework is used (see Gellynck and Verbeke, 2001). The meat chain from producer to consumer constitutes the core of the framework. Tracking meat products within this chain focuses on two types of attribute, namely functional attributes such as organisational efficiency and meat chain monitoring on the one hand, and process attributes such as origin and production method on the other. Functional attributes are linked with the intrinsic opportunities of a traceability system, while the process attributes deal with characteristics of the production process along which the tracking is organised. The tracking serves as a kind of peg for potential consumer benefits.

The consumer study is based on cross-sectional consumer data collected from a sample of 170 meat consumers in Belgium in June 2001 and from a sample of 155 in November 2004. Respondents were selected based on convenience sampling, with the restriction that they were the main person responsible for buying meat in the household. This resulted in a gender distribution of 60% female and 40% male respondents in the sample. Compared to 2001, consumption frequency of all meat types increased. The highest meat consumption frequencies are reported for beef, with 40% of the respondents saying that they eat beef several times a week. Contrary to 2001, the lowest consumption frequencies are reported for pork, with one third of the respondents saying that they eat this less than once a week. The average age of the sample is 36 years. The elderly (>50 years) and less educated are slightly underrepresented in both samples.

**СТРУКТУРА И МЕТОДОЛОГИЯ**

Для оценки затрат на качество на уровне пищевых компаний в целом и затрат на отслеживание в частности мы опирались на два источника информации. Во-первых, были проанализированы данные и анализ, представленные в литературе по управлению качеством пищевых продуктов. Во-вторых, мы провели качественное и испытательное исследование на уровне пищевых компаний. На основе списка тем 17 пищевых компаний в Бельгии были опрошены об их инвестициях и затратах, связанных с управлением качеством пищевых продуктов. Менеджеров по качеству пищевых продуктов спрашивали о причинах реализации инвестиций и затрат, уделяя особое внимание конкурентному, потребительскому, розничному или регулирующему давлениям. Данные, относящиеся к затратам и инвестициям, были собраны из внутренних расчетов себестоимости. Это означает, что во время большинства собеседований в дискуссии принимали участие как менеджер по качеству, так и финансовый менеджер.

Чтобы оценить восприятие потребителями возможности отслеживания в цепочке поставок мяса используется исследовательская структура (см. Gellynck and Verbeke, 2001). Мясная цепочка от производителя к потребителю составляет основу структуры. Отслеживание мясных продуктов в этой цепочке сосредоточено на двух типах атрибутов, а именно на функциональных атрибутах, таких как организационная эффективность и мониторинг мясной цепочки, с одной стороны, и на таких атрибутах процесса, как происхождение и метод производства, с другой. Функциональные атрибуты связаны с внутренними возможностями системы отслеживания, в то время как атрибуты процесса имеют дело с характеристиками производственного процесса, в соответствии с которым организовано отслеживание. Отслеживание служит своего рода привязкой к потенциальной выгоде для потребителей.

Исследование потребителей основано на меж-секторальных данных о потребителях, собранных из выборки из 170 потребителей мяса в Бельгии в июне 2001 г. и из выборки из 155 в ноябре 2004 г. Респонденты были отобраны на основе удобной выборки с ограничением, что они были основным лицом, ответственным за покупку мяса в домашнем хозяйстве. Это привело к гендерному распределению 60% женщин и 40% мужчин в выборке. По сравнению с 2001 годом частота потребления всех видов мяса увеличилась. Самая высокая частота потребления мяса зафиксирована для говядины: 40% респондентов заявили, что едят говядину несколько раз в неделю. В отличие от 2001 года, самая низкая частота потребления свинины с одной третью респондентов, заявляющих, что они едят ее реже одного раза в неделю. Средний возраст выборки - 36 лет. Пожилые (> 50 лет) и менее образованные в обеих выборках немного недопредставлены.

**THE DEMAND CURVE**

The demand curve shows what quantities of a good buyers are willing to buy at different prices. Note the expression "are willing". It is not about how much they actually buy, but about how much they would want to buy if a certain price was offered. A demand curve is only valid if all other relevant factors are held constant. The most important other factors that can affect demand are:

1. The buyers' income

2. Prices and price changes on other goods. We will make a distinction between complementary goods and substitute goods. An example of complementary goods is right and left shoes. If the price of right shoes rises, then the demand for right shoes will typically decrease. However, the demand for left shoes will also typically decrease. Consequently, the demand for left shoes partly depends on the price of another good: right shoes.

Substitute goods work in the opposite way. An example could be blue and green pens: If one cannot use blue, one can often use green instead. If the price of green pens rises, the demand for green pens typically decreases. However, if the price of blue pens is unchanged one can use these instead of the green ones, and then the demand for blue pens increases. Consequently, the demand for blue pens depends on the price of another good: green pens. Note that for substitute goods, a rise in the price of the other good leads to an increase in the demand for the good we are analyzing, whereas for complementary goods it is the other way around; a rise in the price of the other good leads to a decrease in the demand for the good analyzed.

3. Preferences. What consumers demand is largely a matter of taste. If there is a change in taste, there is usually also a change in demand. Taste can change for many different, underlying, reasons. For example, changes in moral perception or in fashion. If these factors are held constant, then the demand curve is valid and it usually slopes downwards. In other words, the lower the price is the higher is the demand, and vice versa.

**КРИВАЯ СПРОСА**

Кривая спроса показывает, какое количество товара покупатели готовы купить по разным ценам. Обратите внимание на выражение «готовы». Это не о том, сколько они на самом деле покупают, а в том, сколько они хотели бы купить, если бы была предложена определенная цена. Кривая спроса действительна только в том случае, если все другие релевантные факторы остаются неизменными. Важнейшими другими факторами, которые могут повлиять на спрос, являются:

1. Доход покупателей.
2. Цены и изменение цен на другие товары. Мы будем делать различие между дополнительными товарами и товарами-заменителями. Примером дополнительных товаров является правая и левая обувь. Если цена на правую обувь растет, спрос на правую обувь обычно снижается. Однако спрос на левую обувь также обычно снижается. Следовательно, спрос на левую обувь частично зависит от цены на другой товар: правую обувь.

Замещающие товары работают наоборот. Примером могут служить синие и зеленые ручки: если нельзя использовать синий, можно часто использовать вместо него зеленый. Если цена на зеленые ручки растет, спрос на зеленые ручки обычно снижается. Однако, если цена на синие ручки не изменится, их можно будет использовать вместо зеленых, и тогда спрос на синие ручки возрастет. Следовательно, спрос на синие ручки зависит от цены другого товара: зеленых ручек. Обратите внимание, что для товаров-заменителей рост цен на другие товары приводит к увеличению спроса на товары, которые мы анализируем, тогда как для дополнительных товаров все наоборот; рост цен на другой товар приводит к снижению спроса на анализируемый товар.

1. Предпочтения. Что требуют покупатели - это в значительной степени дело вкуса. Если есть изменение вкуса, обычно также имеется изменение спроса. Вкус может измениться по разным основным причинам. Например, изменения в моральном восприятии или моде. Если эти факторы остаются постоянными, тогда кривая спроса действительна и обычно наклоняется вниз. Другими словами, чем ниже цена, тем выше спрос, и наоборот.