

УДК 339.9

## ***ЦЕНА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ***

***Толстова А.З.***

*к.э.н., доцент,*

*Кубанский Государственный университет*

*Краснодар, Россия*

***Тыщенко О.А***

*Студентка,*

*Кубанский Государственный университет*

*Краснодар, Россия*

***Рудакова А.И.***

*Студентка,*

*Кубанский Государственный университет*

*Краснодар, Россия*

### **Аннотация**

Данная статья посвящена вопросу цены как показателю качества в международной торговле. Рассмотрены основные теоретические аспекты данного вопроса. Проанализированы основные инструменты торговой политики. Рассмотрены основные виды цен в мировой торговле. Целью исследования является рассмотрение цены как показателя качества в международной торговле. Данное исследование является значимым и актуальным на сегодняшний день ввиду ряда происходящих глобальных изменений в международной экономике. В результате исследования сделаны ряд выводов.

**Ключевые слова:** показатели качества, международная торговля, управление качеством, торговля, экономика.

***PRICE AS AN INDICATOR OF QUALITY IN INTERNATIONAL TRADE***

***Tolstova A.Z.***

*Associate Professor, Candidate of Economic Sciences*

*Kuban State University*

*Krasnodar, Russia*

***Tyshchenko O.A.***

*Student*

*Kuban State University*

*Krasnodar, Russia*

***Rudakova A.I.***

*Student*

*Kuban State University*

*Krasnodar, Russia*

### **Annotation**

This article is devoted to the issue of price as a measure of quality in international trade. The main theoretical aspects of this issue are considered. Analyzed the main tools of trade policy. The main types of prices in world trade are examined. The purpose of the study is to consider the price as an indicator of quality in international trade. This study is significant and relevant today, due to a number of ongoing global changes in the international economy. The study made a number of conclusions.

**Keywords:** quality indicators, international trade, quality management, trade, economy.

В современном мире тяжело представить взаимодействие разных стран без международной торговли. Международная торговля является важным условием как работы отдельных организаций, которые имеют связь с внешней торговлей, так и деятельности каждого государства. Международная торговля является формой связи между товаропроизводителями разных стран, которая воз-

никает на основе международного разделения труда, и выражает их взаимную экономическую зависимость [7].

Международная торговля представляет собой одну из старых форм международных экономических связей. Она встречалась еще при рабовладельческом строе и средневековых государствах. Изначально страны обменивались в основном ремесленными изделиями, драгоценными металлами, предметами роскоши, пряностями, продуктами сельского хозяйства. По масштабам данная торговля была небольшой и носила неустойчивый, эпизодический характер. Для постоянной и регулярной торговли странам не хватало объема товаров. Кроме того, не было достаточно развито средства сообщения между странами. И, наконец, не было международного эквивалента обмена – общая денежная единица для занимающихся торговлей стран.

При современном разделении труда каждая страна осуществляет торговые связи с множеством других стран. Международная торговля превратилась в часть национальной экономики

Страны торгуют друг с другом с целью получения взаимной выгоды. Первоначально торговля была выгодна для стран, имеющих разные природно-климатические условия. Она позволяла расширять ассортимент товаров на внутреннем рынке за счет тех, которые не производились в данной стране.

С развитием международного разделения труда взаимная выгода расширилась. Она стала зависеть в первую очередь от различных затрат и эффективности производства, экономических, социальных условий (например, различий в технической оснащенности предприятий, внедрения передовых технологий, обновления ассортимента продукции, квалификации работающих, разработок в области дизайна и упаковок, точности и качества исполнения заказов). Иначе говоря, выгода стала зависеть от уровня развития экономики страны. Как правило, с повышением этого уровня выгода от внешней торговли возрастает.

Международная торговля является одной из сложных экономических категорий, поэтому обычно рассматривается как минимум в 3 различных аспектах:

1. Организационно–технический аспект рассматривает физический обмен произведенной продукцией, выделяя при этом проблемы перемещения товаров между контрагентами и пересечения ими границ государства. Организационно–технический аспект выступает объектом изучения таких дисциплин, как международное право и таможенное дело.

2. Рыночный аспект рассматривает международную торговлю как совокупность спроса и предложения, при этом под спросом необходимо понимать общее количество продуктов, которое потребители могут приобрести по настоящим ценам, а под предложением, следует понимать объем товаров, который производители могут предложить при имеющихся ценах. Спрос и предложение пересекаются во встречных потоках – импорте и экспорте. Рыночный аспект международной торговли рассматривается такими дисциплинами, как менеджмент и маркетинг.

3. Социально–экономический аспект рассматривает международную торговлю как совокупность отношений общества, которые имеют следующие признаки:

– они носят мировой характер, то есть в них участвуют все государства мира и экономические группы;

– они являются объективными и универсальными, так как не зависят от желаний конкретной группы потребителей [6].

Структуру международной торговли можно описать с точки зрения географического расположения и движения товарных потоков. При этом территориальное расположение торговли между государствами связано с движением товаров и услуг. Оно так же может быть связано с масштабами торговых оборотов. Основным фактором, который может повлиять на структуру международной торговли, является международное разделение труда и влияние развития Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

науки и техники в отдельном государстве. Структура международной торговли обычно определяется долей участия государств или их региональных групп в международном экспорте. Можно выделить следующие группы:

- страны Западной Европы приходится около 25% общемирового объема экспорта;
- развитые страны Азии экспортируют 19% продукции мира;
- развивающиеся страны Азии с объемом экспорта 16%.

Другие страны приносят вклад в международную торговлю, но не столь значимый, как вышеперечисленные группы. Структура международной торговли в товарах в большей степени зависит от конкурентных преимуществ страны в экспорте некоторого конкретного вида продукции. Конкурентоспособность государства также зависит от соотношения внутренней стоимости товаров к цене ее реализации на международном рынке. Необходимо, чтобы цена экспорта была выше внутренней цены на товары.

Важным условием экономического и технического развития любой страны, в том числе и России, является насыщение внутреннего рынка высококачественной продукцией. Данную проблему можно решить за счет двух основных факторов: во-первых, за счет улучшения качества производимой отечественной продукции и, во-вторых – за счет ввоза товаров из-за границы. Но улучшения качества изготавливаемой продукции внутри страны носит дорогостоящий характер и является сложной процедурой, которая обычно занимает не один год, именно поэтому большинство стран привлекают зарубежных товаропроизводителей на свои рынки сбыта, что позволяет в кратчайшие сроки увеличить ассортимент товаров и услуг.

Регулирование международной торговли осуществляется за счет многоуровневой системы институтов, принципов и инструментов в сфере международных торговых отношений. В зависимости от уровня регулирования обычно выделяют наднациональную (международные конференции, совещания, комис-

сии, организации) и национальную (государство) подсистемы институциональной структуры регулирования международной торговли.

Таблица 1 – Классификация инструментов торговой политики [4]

Методы		Инструмент торговой политики	Регулирует преимущественно	
Тарифные		Таможенные пошлины Тарифная квота		импорт импорт
Нетарифные	количественные	Квотирование Лицензирование «Добровольные»	экспорт экспорт	импорт импорт
	скрытые	Государственные закупки Требование о содержании местных компонентов Технические барьеры		импорт импорт импорт
	финансовые	Субсидии Кредитование Демпинг	экспорт экспорт экспорт	

Секретариат ГАТТ (Генеральное соглашение по тарифам и торговле) внес предложение, чтобы использовать в качестве методов регулирования международной торговли тарифные методы, которые основаны на применение таможенного тарифа, и нетарифные инструменты, к которым относятся все прочие методы. Ряд инструментов государственной торговой политики может применяться при необходимости для ограничения импорта.

Независимо от вида рынка за любой товар устанавливается некоторая цена, которая может послужить гарантом качества.

Цена есть монетарное выражение ценности и как таковая она занимает центральное место в конкурентном обмене. Процесс покупки может рассматриваться как такая система обмена, в которой поиск удовлетворения компенсирует финансовые жертвы. Данный процесс – это результат действия сил, создающих баланс между потребностью, проявляющейся через отношение покупателя к товару, и ценой. Для покупателя цена, которую он готов уплатить, есть мера интенсивности его потребности, т.е. размера и природы удовлетворения. кото-

рого он ждет. Для продавца цена, по которой он готов продать, есть мера его издержек, плюс прибыль, которую он надеется получить.

Высокая цена – это сигнал о том, что в производство продукта, способного удовлетворить потребителя, были вложены дополнительные усилия, следовательно, товар будет качественнее своих конкурентов. Дорогая торговая марка дает уверенность в том, что в конечном итоге потребление данного товара будет обеспечено.

Ценообразование на международном рынке в целом подчиняется тем же законам, что и ценообразование на внутреннем рынке. Вместе с тем имеются свои особенности, связанные с гораздо более сложным характером конъюнктуры.

Для международной торговли характерна множественность цен, т.е. цены на одинаковый товар в одно и то же время могут заметно различаться. Один и тот же товар может продаваться, но по различным ценам в зависимости от места и времени его продажи, от условий коммерческой сделки, валюты платежа, характера рынка и источников неновой информации, а также от взаимоотношений между продавцом и покупателем.

В разных источниках можно встретить несколько видов мировых цен: цены по торговым сделкам с платежом в свободно конвертируемой валюте; цены по торговым сделкам с платежами в неконвертируемой валюте; цены по клиринговым соглашениям; цены по неторговым операциям; цены трансфертные (внутрифирменные) [1].

В сложившейся тяжелой экономической ситуации в мире, вызванной санкционной политикой ряда стран, ведение экономических войн США и Китая, все больше стран, а точнее покупателей отдают свое предпочтение не дорогим и качественным товарам, а более дешевым товарам заменителям. Но, не смотря на это, по предварительным оценкам экспертов МВФ, объем мировой торговли товарами и услугами увеличился в 2018 году на 4,2% по сравнению с 2,4% годом ранее. Примечательно, что в прошедшем году впервые с 2014 года Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

мировая торговля опередила по темпам роста мировой ВВП. Опережающий рост международной торговли по сравнению с мировым ВВП был обычным явлением в докризисные времена, когда показатель эластичности мировой торговли по мировому ВВП находился на уровне около 1,5% (т.е. рост мирового производства на 1% имел отклик в виде роста мировой торговли на 1,5%).

В заключении необходимо отметить, что международная торговля растет и развивается в связи с тем, что сегодня становится выгодно и целесообразно международное разделение труда, строительство производства ряда продуктов в определенных странах с целью их последующей продажи на мировом рынке и удовлетворяя тем самым потребности других стран, которые создают спрос на данный товар. На сегодняшний день участниками международной торговли являются все субъекты мирового хозяйства. Общее, частное и единичное разделение труда стоит фундаментом в основе международной торговли. Совершенствование специализации международного производства порождает множество различных направлений и форм торговли.

Таким образом, место международной торговли в системе мировой экономики можно определить динамикой международного обмена услугами, международной экономической интеграцией, научно–техническим сотрудничеством, взаимодействием разных форм мирохозяйственных связей, выделяя, тем самым, важную значимость на этапах становления и развития мировой экономики. Развитие международных отношений заставляет международные компании производить качественные товары по средним ценам, для удовлетворения возрастающих потребностей у потребителей.

### **Библиографический список**

1. Акимова А.К. Развитие международной торговли как важной составляющей экономики // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. XXIII междунар. студ. науч.–практ. конф. № 4(23). [Электронный ресурс]. – Режим доступа – Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF\\_social/4\(23\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/4(23).pdf) (дата обращения: 15.04.2019)

2. Буценко И.Н. Динамика развития международной торговли товарами / И.Н. Буценко, В.В. Бородаева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2015. – №9. – С. 27–30.

3. Ибрагимова Г. М. Международная торговля услугами // Молодой ученый. – 2012. – №12. – С. 213–216. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL <https://moluch.ru/archive/47/5833/> (дата обращения: 15.04.2019).

4. Каплина, О. В. Международная торговля: метод. указа– К 20 ния / О. В. Каплина; Яросл. гос. ун–т им. П. Г. Демидова. – Ярославль: ЯрГУ, 2012. – 48 с.

5. Колпак Е. П., Ефремова Е. А., Горыня Е. В., Иванова А. А. Показатели конкуренции. Международная торговля Российской Федерации // Молодой ученый. – 2016. – №12. – С. 1302–1314. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL <https://moluch.ru/archive/116/31610/> (дата обращения: 15.04.2019).

6. Леонович Д. С., Егорова М. С. Теоретические аспекты понятия качества продукции и ценообразования. Особенности оценки качества для научно–технической продукции // Молодой ученый. – 2015. – №11.4. – С. 149–152. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL <https://moluch.ru/archive/91/19907/> (дата обращения: 15.04.2019).

7. Петруняк А. Н. Место России в системе международной торговли // Молодой ученый. – 2017. – №2. – С. 474–478. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL <https://moluch.ru/archive/136/38259/> (дата обращения: 15.04.2019).

*Оригинальность 79%*