

Восточноафриканский чайный аукцион: технология сделок

Восточноафриканский чайный аукцион, который проводится в кенийском портовом городе Момбаса, является одним из ведущих центров мировой торговли этим товаром, наряду с всемирно известными чайными аукционами в Коломбо (Шри Ланка) и Калькутте (Индия), а также чайной ярмаркой в Гуанджоу (Китай). Но так было не всегда. Первопроходцем в аукционной торговле чаем был Лондон, являвшийся на протяжении нескольких столетий основным центром международной торговли этим товаром.

Первые три бочки «чайного порошка», товара, который ранее не был известен на рынке Великобритании, были проданы в Лондоне в 1679 г.¹ Новый товар быстро завоевал популярность. Этим воспользовалась Британская Ост-Индская компания, которая получила и до 1834 г.¹ пользовалась правом монопольной торговли чаем в этой стране. Она закупала чай в Индии и Китае и реэкспортировала его в десятки стран мира. В конце XVIII века при продаже чая компания перешла от заключения прямых контрактов с покупателями к реализации этого товара через организуемые ею аукционы, где продавались и другие товары, завозимые из восточных стран. После отмены монополии компании на торговлю чаем, в Лондоне открылся специализированный чайный аукцион. Сначала аукционы проводились раз в квартал, затем – раз в месяц, а когда популярность этого напитка возросла – еженедельно. Расширялась география поставок чая – число стран-поставщиков увеличилось. В дополнение к Индии и Китаю в разряд крупных поставщиков вошли Цейлон (сейчас Шри-Ланка), а позже и страны Африки. Это привело к изменению организации торговли – для продажи чая из конкретных стран стали закреплять конкретный день недели.

О.П. Рыбаков

УДК 339.17
ББК 67.412.2
Р-930

¹ www.tea.co.uk



Выбор аукционной формы торговли для чая вполне объясним. Как известно, она в наибольшей степени подходит для товаров с индивидуальными² свойствами. Что касается чая, то качество каждой его партии напрямую зависит от множества факторов. Это и сам посадочный материал, и состав почвы, и высота расположения посадок относительно уровня моря, и количество получаемых посадками солнечного света и влаги. К этому нужно добавить соблюдение технологии сбора чайного листа на фермах и плантациях: сбору подлежат не все листья, а лишь молодые, находящиеся на кончиках веток; собранные листья не должны подвергаться физическому воздействию (мешки с чайными листьями нельзя складывать друг на друга) или длительному хранению до поступления на фабрику. Крайне важно и то, как отработана технология производства чая на чайной фабрике, а также некоторые другие факторы. Конечно, специалисты представляют среднее качество чая, поступающего с той или иной плантации или фабрики, но ввиду воздействия множества переменных факторов вкусовые и другие характеристики качества чая могут меняться от партии к партии. Аукционная же система, дающая потенциальному покупателю возможность получить образцы по каждой конкретной партии и продегустировать их, позволяет дать качеству объективную оценку.

В ходе проведения лондонских аукционов совершенствовалась технология аукционного торга. Товар стал поступать на специализированные аукционные склады, где отбирались образцы. Появилась категория дегустаторов. Для каждой торговой сессии организаторы начали составлять каталоги. Все участники торга – брокеры, их клиенты и трейдеры – собирались вместе там, где проводились аукционы. В целях ускорения торга принимались меры к ограничению времени, выделяемого участникам для обсуждения цены (на начальном этапе торг велся «по свече», т.е. до тех пор, пока не сгорит дюйм свечи). При этом использовалась система «открытого выкрика», такая же, как на бирже. Поначалу успех или неуспех принимавших участие в торге в немалой степени определялся силой их голосовых связок. На аукционах царил шум и гам, участники старались во что бы то ни стало перекричать друг друга, но со временем их поведение менялось, становилось более благопристойным, а торговля – более упорядоченной и значительно более быстрой. Так аукционный торг постепенно приобрел те черты, которые характерны для сегодняшних аукционов.

В середине прошлого века через Лондонский аукцион проходила треть мировой торговли чаем. Но его «золотые дни» уже подходили к концу. Это было связано, прежде всего, с тем, что еще ранее наметилась тенденция переноса аукционной торговли чаем из метрополии к местам производства, ускорившаяся под воздействием распада британской колониальной империи. В качестве новых крупных аукционных центров по торговле чаем выступили Калькутта, Коломбо и Момбаса. Производителям в этих странах было выгоднее реализовывать товар на ме-

² www.tea.co.uk

сте и сразу получать выручку, нежели дожидаться пока отгруженный ими товар будет реализован в далекой метрополии. Кроме того, поскольку чай являлся (и продолжает являться) важнейшим источником валютных поступлений для Кении, Шри-Ланки и, в меньшей степени Индии, вполне понятно стремление этих стран обеспечить больший контроль над системой его сбыта и усилить своё влияние на процесс формирования цен. Всё это привело к закрытию в июне 1998 г. лондонского чайного аукциона, который в течение 300 лет вносил большой вклад в развитие торговли этим товаром вообще и совершенствование технологии аукционной торговли, в частности. Тем самым он, фактически, создал предпосылки для возникновения новых аукционных центров. В настоящее время в мире насчитывается 11 чайных аукционов, из которых 6 находятся в Индии и по одному в Шри-Ланке (Коломбо), Кении (Момбаса), Индонезии (Джакарта), Малави (Лимбе) и Бангладеш (Читтагонг)³.

В Восточной Африке первые шаги по созданию своего аукциона были предприняты в Кении и относятся к 1956 г.⁴ Именно тогда, за несколько лет до провозглашения независимости этой страны (1963 г.) небольшая группа бизнесменов, занимающихся чайным бизнесом, сформировала Восточно-африканскую чаеоторговую ассоциацию (The East African Tea Trade Association – EATTA), взявшую на себя проведение в столице страны – Найроби одноименного аукциона по экспорту чая. Однако его создание не привело к немедленной переориентации торговли чаем, производимым в регионе, с Лондона на Найроби. На начальном этапе на аукционе продавались лишь второстепенные сорта чая, а основное количество этого товара по-прежнему продавалось в Лондоне. Понадобилось время для того, чтобы новый аукцион начал играть сколько-нибудь значительную роль. Но авторитет его постепенно рос, увеличивались количество участников и представленных стран, а также объем реализуемого товара, чему способствовал быстрый рост производства чая в регионе и его экспорта, в первую очередь в Кении.

Новый импульс развитию торговли чаем на аукционе придал переезд в 1969 г. Ассоциации (и аукциона) из Найроби в Момбасу, крупнейший порт на восточно-африканском побережье, через который шли отгрузки чая.

В настоящее время Ассоциация является крупнейшей организацией не только в регионе, но и на континенте. Она объединяет ведущих представителей чайного бизнеса из 11 стран (Кения, Танзания, Уганда, Руанда, Бурунди, Малави, Мозамбик, Мадагаскар, Замбия, Эфиопия, Демократическая республика Конго)⁵. На Ассоциацию возложены задачи создания условий для продажи производимого в регионе чая на внешний рынок через аукцион в Момбасе, сбора и предоставления её членам статистической информации о состоянии рынка и положении с

³ www.allafrica.com

⁴ www.eatta.com

⁵ www.eatta.com



производством, содействия развитию между ними тесных рабочих отношений и урегулированию возникающих споров. Ассоциация также призвана выступать в качестве связующего звена между бизнес-сообществом, с одной стороны, и правительственными и другими органами, с другой. К числу последних относится Кенийский совет по чаю (Kenya Tea Board), в функции которого входит осуществление общего руководства чайной отраслью страны и её развитие.

С октября 2009 г. Ассоциация зарегистрирована как компания, ответственность которой ограничена гарантией. Ею управляет Совет директоров, в который входят 5 представителей производителей чая (два от Кении и по одному от Танзании, Уганды и Руанды), по одному представителю брокеров, фасовочных и складских компаний, трёх представителей покупателей и управляющий директор. Под эгидой Восточноафриканской чаоторговой ассоциации работают ассоциации по профессиям, созданные самими членами и объединяющие производителей, брокеров и складские компании. Повседневной работой Ассоциации руководит секретариат, существующий на вступительные и ежегодные взносы членов.

В настоящее время восточноафриканский чайный аукцион в Момбасе делит первое-второе места с аукционом в Коломбо по объёмам продажи черного чая (на этот вид приходится практически весь производимый в Восточной Африке чай).

Это единственный чайный аукцион в мире, на котором торгуется чай сразу из нескольких стран. Он известен высоким качеством товара, что объясняется исключительно плодородной почвой региона и расположением посадок на большой высоте. Весь продаваемый чай – гранулированный.

В 2010-2012 гг., по данным Восточноафриканской чаоторговой ассоциации, реализация чая на аукционе в разбивке по странам-производителям составила (тыс. т):

Таблица 1

Реализация чая на аукционе в 2010-2012 гг (тыс. т)

Страна	2010	2011	2012
Кения	285,0	282,0	259,7
Уганда	57,0	60,5	58,0
Руанда	17,9	20,9	18,8
Бурунди	6,5	8,5	9,3
Танзания	13,2	12,4	10,1
ДРК	0,6	0,4	0,3
Мадагаскар	0,2	0,3	0,2
Малави	2,4	3,8	2,2
Мозамбик	2,8	2,6	2,7
Итого:	385,6	391,4	361,3

Как видно из таблицы, почти три четверти (72-74%) чая, реализуемого на аукционе, приходится на Кению. Другим крупным поставщиком чая на аукцион является Уганда (около 16%). Через аукцион проходит значительная часть экспорта этого товара странами Восточной Африки: у Кении¹⁾ – 70-75%, Руанды – 99%²⁾, Танзании – 60%²⁾, Бурунди – 80%²⁾, Уганды – 98%.⁶

Основными покупателями этого товара в 2012 г., по данным Ассоциации, были Пакистан и Египет (по 21%), а также Великобритания (14%). Кроме того, крупные партии чая поставлялись в Афганистан (10%), Судан (6%), Объединенные Арабские Эмираты (5%), Российскую Федерацию (5%), Йемен и Казахстан.⁷ В целом, чай с аукциона расходуется по примерно 50 странам мира. В РФ чай поставляют компании «Ван Рис», «Глобал ти энд коммодитиз», «Юнилевер». С российской стороны в роли покупателей выступают московская компания «Майский чай» и «Орими трейд» из Санкт-Петербурга. На аукцион в Момбасе приходится около 10% российского импорта этого товара.

Последние годы характеризуются повышательной тенденцией цен на аукционе: в 2012 г. средняя цена килограмма чая, проданного на аукционе, составила 2,88 долларов против 2,72 долл. в 2011 г. и 2,54 долл. в 2010 г. При этом в истекшем году наиболее высоко котировались кенийский чай (3,18 долл.), бурундийский (2,99 долл.) и руандийский (2,87). Специалисты отмечают, что последние две страны, значительно уступая Кении по объемам производства и экспорта чая, поставляют товар, который, если и уступает кенийскому, то совсем немного. У чая из остальных стран ценовые показатели намного ниже: Уганда, Демократическая республика Конго (со столицей в Киншасе) и Мадагаскар – в диапазоне 1,8-1,9 долл., Танзания – 1,47 долл., Малави – 1,15 долл., Мозамбик – 1,09 долл.⁸ Эти цифры дают представление о соотношении качества чая, поступающего из африканских стран, представленных на аукционе.

В настоящее время членами Ассоциации являются свыше 180 компаний, которые играют ту или иную роль в проведении аукциона. Они делятся на следующие пять категорий: производители, брокеры, покупатели (экспортеры), чаеразвесочные (фасовочные) и складские компании. Количество членов постепенно растёт. Наиболее жесткий отбор производится в отношении брокеров, число которых увеличивается незначительно несмотря на существенный рост объемов сделок. Производителям и покупателям, желающим присоединиться к Ассоциации, необходимо заполнить заявку, которая должна быть заверена национальным органом, признаваемым Ассоциацией в соответствующей стране. Самое главное требование – кандидатура должна быть поддержана компаниями – производителями или покупателями, которые являлись активными членами ассоциации в течение минимум

⁶ www.drumcommodities.com

⁷ www.eatta.com

⁸ www.eatta.com



трёх лет и готовы выступить в качестве поручителей. Все кенийские компании-кандидаты, вне зависимости от их специализации, должны иметь регистрацию в Кенийском совете по чаю. Чаеразвесочные компании также должны представить документ о регистрации их торгового знака.

К категории производителей относятся 68 компаний, занятых выращиванием, сбором и производством чая. Сюда входят крупные (плантационные) хозяйства 9 стран, имеющие собственные чайные фабрики и реализующие свою продукцию через аукцион самостоятельно, а также Кенийское Агентство по развитию чайной промышленности (Kenya Tea Development Agency Ltd. – KTDA), принадлежащее фермерам, через которое реализуют свою продукцию мелкие фермерские хозяйства (свыше 400 тыс.). Агентство является крупнейшей в мире компанией по производству чая. На него приходится около 60% этого товара, производимого в Кении, и львиная доля всего чая, реализуемого на аукционе. Агентство оказывает административную помощь мелким фермерским хозяйствам, занимающимся выращиванием чая, управляет 63 чайными фабриками, принадлежащими фермерам на долевой основе, решает проблемы транспортировки собираемого чайного листа, снабжает фермеров необходимыми материалами (удобрениями, химикатами и др.), реализует готовую продукцию и выплачивает фермерам их выручку. В числе ведущих производителей – всемирно известные «Юнилевер» (ему принадлежит «Липтон»), «Джеймс Финлэй», «Вильямсон Ти», «Ван Рис». Производители реализуют свою продукцию на аукционе не напрямую, а через брокеров.

Работу аукциона в Момбасе обеспечивают 11 брокеров, объединенных в Ассоциацию чайных брокеров. В качестве брокеров выступают фирмы, отвечающие строгим правилам. Во-первых, каждый брокер должен заручиться письменным обязательством со стороны руководства компаний – производителей продавать через него ежегодно не менее 10 тыс. тонн чая. Кроме того, брокерские фирмы должны быть укомплектованы минимум тремя сотрудниками, каждый из которых должен в совершенстве знать все аспекты чайного бизнеса, включая определение качества, анализ конъюнктуры рынка, способность правильно оценить стоимость выставляемых на аукцион партий, умение вести аукционный торг. Брокеры также должны обладать прочным финансовым положением, т.к. в отдельных случаях им приходится оплачивать чай поставщикам еще до того, как они получают платеж от покупателя. Возможны также ситуации, когда производители могут потребовать от брокера предоставления банковских гарантий оплаты поставляемых на аукцион партий. Едва ли не основным требованием к брокерам является их безукоризненная деловая репутация, объективность и ответственность в работе, а также недопущение конфликта интересов (поэтому они не могут быть аффилированы с производителями или покупателями).

Брокеры (часто в сопровождении представителей покупателей) регулярно посещают «своих» производителей чая и чайные фабрики, где знакомятся с ситуацией

на местах, следят за соблюдением технологии производства чая, за его качеством (включая проведение дегустации), а также консультируют местных специалистов относительно конъюнктуры рынка и тенденций её развития. Такой регулярный контакт с производителями и фабриками является чрезвычайно важной частью их работы. Кроме того, брокеры должны поддерживать тесный рабочий контакт с покупателями, выяснять их мнение о тенденциях развития рынка чая, качестве реализуемого через аукцион товара и предстоящей торговой сессии. Они должны заниматься урегулированием претензий по качеству и количеству проданного и поставленного товара. В их обязанности также входит осуществление контроля за правильной постановкой работы на аукционных складах. Они периодически встречаются с коллегами по «цеху» для обсуждения возникающих проблем, а также для ежегодного выдвижения своего представителя в Совет директоров Ассоциации. Как уже отмечалось, ряды брокеров пополняются очень медленно несмотря на рост объёмов продаж. Помимо соответствия вышеперечисленным строгим требованиям, кандидаты в брокеры должны иметь рекомендацию от одного из членов Ассоциации и пройти стажировку в брокерской фирме.

В роли покупателей на аукционе могут выступать компании, зарегистрированные в Кении и являющиеся членами Ассоциации. Сейчас таких компаний 75. В их числе находятся дочерние компании транснациональных корпораций («Ван Рис», «Джеймс Финлэй» и др.). Компании, покупающие чай на аукционе, не обязательно должны поставлять его на экспорт, а могут частично перепродавать его на местном рынке или закупать чай впрок, используя выгодную конъюнктуру.

Представители компаний-покупателей должны обладать высочайшей квалификацией, прекрасно знать мировой рынок этого товара, положение в чайной отрасли в странах, реализующих свою продукцию через аукцион, прежде всего в Кении, достоинства и недостатки каждого производителя. С этой целью они периодически посещают чайные фабрики.

В качестве членов Ассоциации также зарегистрированы 13 складских и 15 чаревесочных (фасовочных) компаний. Последние покупают чай на аукционе для дальнейшего купажирования и расфасовки его для розничной продажи. Ведущее положение среди них занимают кенийские «Кения Ти пэкерс» (КЕТЕПА), «Кикуйю хайлэндс ти компани» и «Юнилевер Кения Лтд.». Все члены Ассоциации платят ежегодные взносы, размер которых зависит от категории участника или показателей его работы в предыдущем году (последнее действует в отношении производителей и покупателей). Компании-покупатели, кроме того, платят за место в торговом зале. Новые члены Ассоциации платят вступительные взносы.

Технология проведения восточноафриканского чайного аукциона предусматривает четыре этапа.

В ходе первого этапа, который можно назвать подготовительным, производитель завозит свой товар на аукционный склад. Товар должен быть промаркиро-



ван товарным знаком фабрики, на которой он произведен. Стандартной единицей измерения является один паллет, на котором находится двадцать упаковок (мешков) чая. Вес одного мешка чая варьируется в зависимости от сорта чая. Для чая, поставляемого основным производителем – Кенийским Агентством по развитию чайной промышленности (КТДА), вес нетто мешка чая высшего сорта составляет 62 кг, низшего – 79 кг. Чай основных сортов поставляется в однослойных бумажных мешках с внутренней трёхслойной прокладкой из фольги, чай второстепенных сортов – в полипропиленовых мешках. Несколько паллетов чая одного сорта образуют партию.

За 16 дней до проведения аукциона производители должны представить своему брокеру заявки на включение их товара в каталог очередной торговой сессии. Они могут по своему усмотрению представлять заявляемые ими количества чая в виде крупных или более мелких партий (в последнем случае они платят больший каталожный сбор). На основании указанных заявок каждый брокер составляет свой каталог, в котором каждой партии присваивается определенный номер (под ним она будет фигурировать на всех этапах проведения аукциона) и распределяет партии по дням торгов. Последнее связано с тем, что торги на аукционе по второстепенным сортам чая проводятся еженедельно по понедельникам, а по основным сортам – по вторникам. Для того чтобы все производители были в равном положении, очередность их предложений в каталоге меняется от сессии к сессии по принципу ротации. В каталоге указывается склад, номер партии, производитель, название плантации, сорт, номер инвойса, количество упаковок, вид упаковки, вес нетто и брутто, вес одной упаковки, а также идея цены. В отличие от существовавшей еще несколько лет тому назад практики печатания и рассылки покупателям общих каталогов брокеров, в настоящее время каталоги передаются им каждым брокером в электронном виде. Это должно быть сделано за две недели до сессии. Брокеры также запрашивают складские компании о предоставлении им образцов чая из включенных в заявку партий. Каждый производитель направляет брокеру 4 кг образцов.

Второй этап предусматривает проработку покупателями целесообразности закупки той или иной партии с их зарубежными клиентами. В адрес последних направляются каталоги каждой торговой сессии. Покупатели запрашивают у брокеров образцы чая по интересующим их партиям, дегустируют их сами и пересылают клиентам. Количество образцов, направляемое брокерами каждому покупателю, зависит от показателей работы последнего в предшествующем году. Приобретать дополнительное количество образцов не разрешается.

Третий этап проведения аукциона – сама торговая сессия. Она проходит в Момбасе в здании Центра торговли чаем. Как уже отмечалось выше, согласно установленному распорядку второстепенные сорта продаются по понедельникам, основные – по вторникам. Каждой торговой сессии присваивается свой порядковый

номер, при этом первый номер присваивается торговой сессии, которая состоится в первый понедельник января, последний – той, что завершает год. Торговый зал разделен на три секции – для брокеров, покупателей и посетителей. За каждым участником из первых двух категорий закреплены постоянные места, за которые взимается определенный сбор. Участвовать в сессии могут только официально допущенные лица.

С 1992 годы торговля ведется в долларах США. В отличие от многих других аукционов, в данном случае в роли аукционистов поочередно, по принципу ротации, выступают сами брокеры, которым ассистируют один или два помощника. Торг ведется методом открытого выкрика по английской системе, т.е. с повышением цены. Выигрывает аукцион тот, кто предложит наибольшую цену. В ходе торга минимальный размер повышения цены составляет 2 ам. цента вне зависимости от того, речь идет о дорогих или дешевых сортах чая. Брокер может снять с торгов любую партию без объяснения причин. Это может произойти, если брокер сочтет предложенный на аукционе уровень цен слишком низким. В этом случае он после торговой сессии может связаться с покупателями, чтобы договориться о приемлемой цене, а если это не удастся, то включить данную партию в каталог следующего аукциона.

За внешне спокойной и благопристойной обстановкой, присущей момбасскому аукциону, скрывается острая, бескомпромиссная конкуренция среди участников торга, стремящихся выполнить заказы и инструкции своих зарубежных принципалов в условиях, когда у них нет точного представления о намерениях других участников. Это заставляет покупателей самым внимательным образом следить за каждым шагом друг друга. Они знают, какой покупатель осуществляет закупки для каких иностранных клиентов, и ревниво отслеживают их сделки, беря на заметку то, какие сорта и в каких количествах закупаются конкурентами и на какой уровень цен они готовы пойти. В некоторых случаях, покупатель, видя явную заинтересованность конкурента в той или иной партии, которая не представляет интереса для него самого, может на каком-то этапе даже принять участие в торге, чтобы сделка состоялась по более высокой цене. Тогда его собственные сделки в глазах иностранных клиентов и других участников будут казаться более привлекательными. Следует отметить, что наличие острой конкуренции среди покупателей практически полностью исключает какую-либо возможность сговора между ними.

Сделка считается заключенной, когда аукционист фиксирует цену, предложенную победившим участником, и объявляет название его компании. Интересно то, что какого-либо дополнительного контракта для оформления сделки не требуется.

Присутствие на аукционе даёт участникам бесценный материал для анализа рынка.

Последний этап аукциона – оформление сделки и передача товара покупателю. После завершения торговой сессии брокер связывается с покупателями по телефо-



ну и сверяет с ними свои записи, а затем выставляет счета покупателям в течение 24 часов после завершения торга. Счета должны быть оплачены в течение десяти рабочих дней. После получения сообщения из банка о поступлении платежа за ту или иную партию, брокер даёт покупателю на руки поручение складской компании о выдаче ему соответствующей партии. Этот документ передается покупателем своей транспортной компании, которая забирает товар с аукционного склада и перевозит его на склад фирмы-покупателя, где товар маркируется в соответствии с указаниями покупателя. Товар должен быть вывезен с аукционного склада в течение трех недель.

По получении платежа от покупателя брокер удерживает из полученной суммы складские расходы, каталожный сбор и свою комиссию и переводит остальную сумму производителям в течение 10 рабочих дней после аукциона. Все суммы свыше 15 тыс. долл., полученные брокером в течение недели после завершения торговой сессии во вторник, должны быть переведены брокером производителю не позднее полудня пятницы той же недели. Согласно правилам Ассоциации брокеры гарантируют оплату товара производителю в течение 10 рабочих дней вне зависимости от того, получили они сами оплату от покупателя или нет⁹.

Что касается вознаграждения брокера, то в настоящее время оно составляет 1,25%, в том числе производители платят 0,75% от цены продажи, а покупатели – 0,5%. Привязка к ценам продаж заставляет брокеров добиваться наивысших цен. Размер комиссии определяется членами Ассоциации на основе консенсуса, что исключает необходимость для брокеров согласовывать его с отдельными членами на индивидуальной основе, делает брокеров более независимыми и объективными.

Далее покупатель, в том случае, если он выступает в роли экспортера, а не поставляет товар на внутренний рынок, заказывает тоннаж и контейнеры. Кенийские компании также информируют об экспортной сделке Кенийский совет по чаю и налоговые органы. Это должно быть сделано до отгрузки товара. Кенийские контрольные органы следят за тем, чтобы экспортная цена не была ниже закупочной. В случае поставки чая на местный рынок покупатель заключает сделку на его продажу с местными фасовочными/ чаеразвесочными компаниями.

Изложенная система организации работы аукциона хорошо себя зарекомендовала и, в целом, устраивает все заинтересованные стороны. Производителям она упрощает поиск покупателей для поставки как на внешний, так и на внутренний рынок и обеспечивает им реализацию товара по ценам, близким к оптимальным. Покупателям она обеспечивает гарантированную поставку качественного товара (он уже находится на аукционном складе) и позволяет получить ценовую информацию. Несомненным достоинством аукциона является прозрачность сделок.

⁹ www.eatta.com

К недостаткам системы можно отнести расходы на брокеров-аукционистов, а также сравнительно высокие транспортные расходы для производителей чая из других стран, имеющих возможность отгружать его через более близко расположенные порты, но вынужденных везти свой товар, иногда издалека, в Момбасу.

Восточноафриканский чайный аукцион остаётся одним из немногих площадок, где торговля ведётся по старинке. Индия, где находится 6 из 11 чайных аукционов мира, перешла на электронную систему еще в 2009 г.¹⁰ В начале 2012 г. аукцион в Момбасе также объявил о намерении к 2013 г. перейти на электронную торговлю. Эту идею поддержало и правительство Кении. Однако в октябре 2012 г., когда подготовительная работа была в значительной степени завершена, подавляющее большинство членов Ассоциации проголосовало против этого проекта¹¹. В качестве доводов, в первую очередь, указывалось на недостаточную развитость информационных технологий в Кении, затяжные отключения электроэнергии и недостаточную технологическую грамотность многих покупателей. Вместе с тем, несомненно, на это решение повлияло и то, что переход на электронные торги в корне меняет ситуацию для участников. А частности, брокеры утратили бы свою центральную роль во всем процессе подготовки и проведения аукциона.

Были опасения, что при электронной системе покупателям станет сложно контролировать качество чая. Как выразился один из разработчиков электронной системы, участники проголосовали за молоток против мыши.¹² Несмотря на достигнутые успехи, будущее восточноафриканского чайного аукциона не кажется безоблачным. Удаленность Момбасы для некоторых участников из других стран, дополнительные расходы и формальности на территории Кении, с которыми им приходится сталкиваться, периодическая перегруженность момбасского порта в сочетании с развитием стандартизации, транспортного сообщения и средств связи подталкивают их к установлению прямых контактов с зарубежными покупателями. Доля таких контрактов медленно, но растет. Кроме того, некоторые из восточноафриканских стран относятся к категории наименее развитых, которые по соглашению с ЕС имеют право беспрошльного и не ограниченного квотами доступа на рынки стран-участниц Евросоюза, однако не пользуются этим правом, поскольку реализуют свой чай на аукционе в Момбасе. Аналогичная ситуация складывается и в торговле с США, у которых действует система преференций для всех стран Тропической Африки¹³.

¹⁰ www.style.time.com/http://utasso.com

¹¹ www.linkedin.com

¹² www.drumcommodities.com

¹³ www.drumcommodities.com



Определенную угрозу для будущего аукциона может представить Дубай, который в последние годы успешно позиционирует себя как международный центр торговли чаем. Он стремится в полной мере использовать своё выгодное географическое положение для поставки чая традиционным покупателям из близлежащих регионов и предоставляет иностранным поставщикам чая банковские услуги, а также выгодные возможности для складирования, купажа и расфасовки чая. В 2005 г. там был создан специализированный Чаеоторговый центр, который быстро завоевывает популярность как у зарубежных поставщиков, так и у покупателей. Через Дубай реализуют часть своего чая уже 13 стран¹⁴, в том числе такие ведущие производители и экспортеры, как Китай, Индия, Шри-Ланка, Индонезия. Не осталась в стороне и Кения – компании «Юнилевер», «Джеймс Финлэй» и, самое главное, Кенийское Агентство по развитию чайной промышленности (KTDA) уже начали реализацию части своей продукции через указанный центр.

До сих пор Восточноафриканскому чайному аукциону удавалось преодолевать возникающие трудности. На данном этапе многое будет зависеть от гибкости кенийских властей, их умения учитывать интересы всех его участников.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Технологии внешнеторговых сделок: Учебник. / Под ред. проф. Холопова К.В. и проф. Савинова Ю.А. - М.: ВАВТ, 2010, с 456-457.
2. Кузнецова Г.В. Конкурсные методы торговли. Учебно-методическое пособие. М.: Московский институт международного бизнеса, 2003, с 22-27.
3. www.eatta.com
5. www.teaboard.or.ke
6. www.drumcommodities.com/assets/25/Tea_East_Africa_Report
7. <http://utasso.com/node/83>
8. <http://allafrica.com/stories/201112140697.html>

¹⁴ www.linkedin.com

