



联合国
粮食及
农业组织

Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

Organisation des Nations
Unies pour l'alimentation
et l'agriculture

Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций

Organización de las
Naciones Unidas para la
Alimentación y la Agricultura

منظمة
الغذية والزراعة
للأمم المتحدة

КОМИТЕТ ПО ПРОБЛЕМАМ СЫРЬЕВЫХ ТОВАРОВ

МЕЖПРАВИТЕЛЬСТВЕННАЯ ГРУППА ПО ЧАЮ

ДВАДЦАТЬ ЧЕТВЕРТАЯ СЕССИЯ

23 февраля 2022 года

ПАНДЕМИЯ COVID-19 И ПОСЛЕДУЮЩИЙ ПЕРИОД: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ ЧАЯ

Резюме

Хотя конкретно с точки зрения производства и торговли пандемия COVID-19 и меры, принятые для ее сдерживания, не сильно сказались на рынках чая, представляется, что в потребительских предпочтениях произошли более долгосрочные сдвиги. С ростом доходов повышается спрос на чай на душу населения во многих развивающихся странах и в странах с формирующейся экономикой. Для более зрелых рынков характерны три основные тенденции потребления чая: i) возрастающая конкуренция со стороны травяных чаев; ii) спрос на более разнообразный ассортимент чаев на традиционном рынке; и iii) повышение спроса на продукцию, произведенную устойчивыми методами.

В то же время отсутствие структурной гибкости и рыночной информации и недостаточная прозрачность представляются факторами, которые могут препятствовать эффективному реагированию чайной индустрии на меняющиеся условия на традиционных и новых чайных рынках.

Проект решения Группы

Для того, чтобы с выгодой использовать возможности развивающихся рынков и обеспечить деятельное реагирование на намечающиеся тенденции, Группе предлагается:

- принять к сведению формирующиеся тенденции потребления чая как на новых, так и на традиционных рынках;
- обсудить потенциальные возможности возобновления международной координации общей популяризации чая;

- представить рекомендации в отношении действий, которые следует предпринять в связи со складывающимися рыночными тенденциями, в том числе в отношении роли цифровых решений.

По существу содержания настоящего документа обращаться в:

Секретариат Межправительственной группы по чаю (МППЧ),

Отдел рынков и торговли

Эл. почта: IGG-Tea@fao.org

I. ВВЕДЕНИЕ

1. Вопрос о необходимости действий, направленных на укрепление устойчивости чайного сектора, регулярно встает как в связи с периодическими случаями снижения цен, так и в связи с более долгосрочными тенденциями отрицательной рыночной динамики. Чай является одним из товаров, в отношении которого существует давняя традиция глобального сотрудничества с участием как государственного, так и частного секторов стран-производителей и стран-потребителей. На своей последней сессии Межправительственная группа по чаю (МППЧ) отметила необходимость изучить воздействие тенденций, возникающих на рынках чая, и то, что необходимо сделать, чтобы с выгодой использовать открывающиеся возможности. В ответ на это Секретариат подготовил настоящий документ (CCP:TE 22/CRS 3), в котором содержится краткий обзор воздействия пандемии COVID-19 на чайные рынки и торговлю чаем, а также анализ долгосрочных тенденций глобального потребления чая. В нем также освещаются некоторые возможные меры реагирования со стороны чайной индустрии¹. Этот доклад будет представлен на 24-й сессии МППЧ, которая состоится 23 февраля 2022 года в виртуальном формате.

2. Как и все виды экономической деятельности, чайные рынки и торговля пострадали от пандемии COVID-19. Распространяясь по различным каналам, пандемия повлияла на предложение, спрос, торговлю и цены на сельскохозяйственные товары, хотя общее воздействие на агропродовольственные системы в 2020 году в целом ограничилось краткосрочными нарушениями работы товаропроводящих цепочек.

3. Помимо этих кратковременных сбоев, спрос на чай претерпевает ряд более фундаментальных и долгосрочных изменений. В то время как потребление чая растет во многих развивающихся странах и странах-производителях чая, потребление чая на душу населения на некоторых традиционных рынках импорта снижается. На рынках некоторых стран с высоким уровнем дохода это сопровождается изменением потребительских предпочтений в пользу чая, произведенного на более устойчивой основе, и появлением спроса на более широкий ассортимент чайной продукции.

4. В следующем разделе настоящего документа представлен обзор воздействия пандемии COVID-19 на торговлю агропродовольственными товарами, в рамках которого особое внимание уделяется ее последствиям в плане чайной торговли и цен. Затем следует обсуждение долгосрочных тенденций потребительского спроса, влияющих на мировые рынки чая. В последующем разделе освещен ряд областей, представляющих особый интерес для чайной

¹ Разделы 3, 4 и 5 настоящего документа основаны на анализе, который провели эксперт в области чайной индустрии Джон Снелл и президент Ассоциации чая и фиточая Канады Шабнам Вебер.

индустрии, на которые следует обратить внимание, чтобы извлечь выгоду из новой ситуации на рынке.

II. ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 ДЛЯ РЫНКА ЧАЯ И ТОРГОВЛИ ИМ

5. Пандемия COVID-19 затронула все сферы человеческой жизни, а также привела к сбоям в работе агропродовольственных систем. Пандемия и меры, принятые правительствами стран всего мира для ее сдерживания, повлияли как на спрос, так и на предложение продовольствия. Они также явно оказали краткосрочное влияние на структуру торговли продовольствием и сельскохозяйственной продукцией, особенно в первой половине 2020 года.

6. К концу марта / началу апреля 2020 года большинство стран мира ввели различные меры по сдерживанию распространения COVID-19, включая закрытие предприятий, введение комендантского часа, карантина, правил физического дистанцирования и запретов на перемещение². С введением глобальных ограничений на передвижение в апреле значительно сократился и глобальный импорт продовольствия и сельскохозяйственной продукции (-5 процентов по сравнению со средним показателем за 2018–2019 год), после чего в мае произошло еще большее сокращение (-10 процентов). Примерно в середине мая 2020 года многие правительства начали ослаблять ограничения, и экономическая деятельность, по крайней мере частично, начала возобновляться. Это сопровождалось восстановлением глобальной рыночной стоимости в июне 2020 года (+5 процентов по сравнению со средним показателем за 2018–2019 год)³.

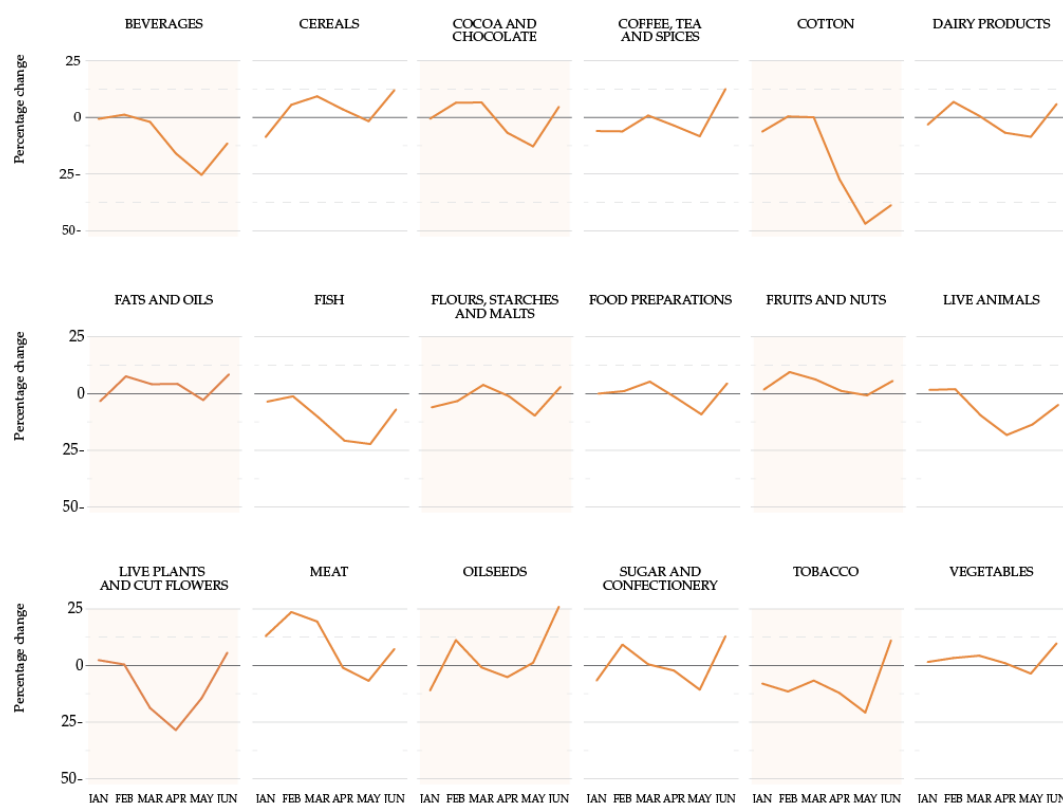
7. При том, что в апреле и мае 2020 года произошло сокращение общей рыночной стоимости и потоков торговли, на уровне конкретных товаров наблюдались явные различия (рисунок 1). К примеру, воздействие пандемии на рыночную стоимость многих основных сырьевых товаров и пищевых продуктов, таких как зерновые, масличные культуры, жиры и масла, а также продуктов, важных для здорового рациона питания, таких как фрукты, орехи и овощи, оставалось довольно ограниченным⁴ даже на пике торговых перебоев в мае. Другие товарные группы, особенно непродовольственные товары, такие как напитки, хлопок и цветы, а также продукты животного происхождения, такие как рыба, мясо и молочные продукты, сильно пострадали, часто из-за сокращения спроса на эти продукты. Фактически на некоторые категории продуктов повлияло изменение моделей потребления из-за закрытия ресторанов, сокращения туризма и количества общественных мероприятий.

² Hale, T., Boby, T., Angrist, N., Cameron-Blake, E., Hallas, L., Kira, B., Majumdar, S. *et al.* 2020. Variation in Government Responses to COVID-19, Version 9.0. Blavatnik School of Government Working Paper. (также см.: www.bsg.ox.ac.uk/covidtracker).

³ FAO. 2021. Agricultural trade and policy responses during the first wave of the COVID-10 pandemic in 2020. Rome, FAO.

⁴ Schmidhuber, J. & Qiao, B. 2020a. Recent trends in food imports bills and export earnings: the COVID-19 challenge. In FAO. 2020. Food Outlook - Biannual Report on Global Food Markets: November 2020, pp. 17–23. Rome, FAO. <https://doi.org/10.4060/cb1993en>

Рисунок 1. Изменения в процентах стоимостного объема мирового импорта сельскохозяйственных и продовольственных продуктов за январь – июнь 2020 года по сравнению со среднемесячными показателями того же периода в 2018–2019 годах в разбивке по товарным группам.



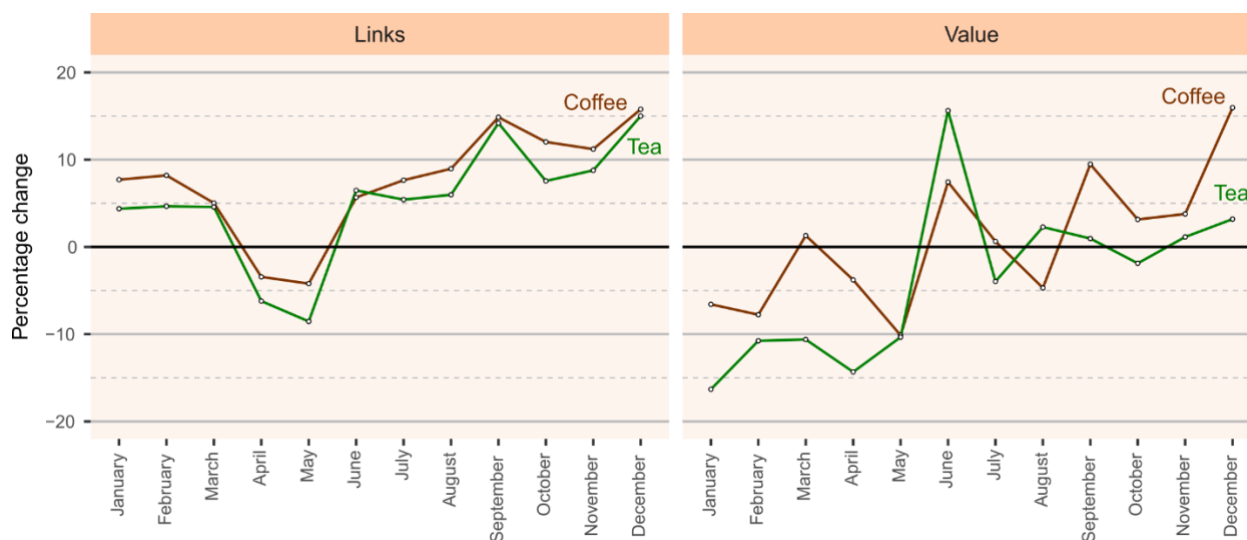
Источник: ФАО. 2021 год⁵.

8. Что касается кофе, чая и специй, то, несмотря на непродолжительные перебои в торговле в мае 2020 года, пандемия практически не повлияла на стоимость этой товарной группы (рисунок 1). Более пристально взглянув на глобальные показатели рыночной стоимости, можно заметить, что стоимостный объем импорта чая был снижен с января по май 2020 года по сравнению со средним показателем за 2018–2019 год, резко возрос в июне и оставался примерно на том же уровне, что и до пандемии (согласно соответствующим среднемесячным уровням в 2018 и 2019 годах), на всем протяжении второй половины 2020 года (рисунок 2, правое поле).

9. С точки зрения торговых связей, то есть общего количества торговых потоков по типам (на уровне 6-значного числа ГС) и по парам стран, торговля кофе и чаем развивалась по аналогичной схеме (рисунок 2, левое поле). Количество торговых потоков резко сократилось во время основных месяцев, когда принимались карантинные меры (апрель и май 2020 года), а затем увеличилось, существенно превысив средний уровень тех же месяцев 2018–2019 годов.

⁵ ФАО. 2021. Agricultural trade and policy responses during the first wave of the COVID-10 pandemic in 2020. Rome, FAO.

Рисунок 2. Процентное изменение мировых импортных связей и стоимости чая и кофе в 2020 году по сравнению со среднемесячными показателями того же периода в 2018–2019 годах в разбивке по товарным группам.



Источник: оценки на основе данных монитора коммерческих данных (по состоянию на октябрь 2021 года).

10. Сводный индекс цен на чай ФАО, т.е. средневзвешенный индекс цен на черный чай, который включает в себя чай, приготовленный по технологии СТС, и листовый чай на четырех главных чайных аукционах (Момбаса, Коломбо, Калькутта и Кочин), снизился в первом квартале 2020 года до 2,28 долл. США за кг ввиду наличия больших запасов и мер, введенных многими странами для сдерживания распространения COVID-19. Резкое снижение цен было обусловлено главным образом котировками на гранулированный чай (СТС). Однако с апреля 2020 года цены восстановились, достигнув в среднем 2,60 долл. США за кг, поскольку увеличение домашнего потребления чая позволило с лихвой компенсировать снижение потребления "вне дома". Несмотря на снижение в первом квартале 2020 года, цены в течение всего 2020 года в среднем были выше, чем в 2019 году, и составляли 2,52 долл. США за кг, увеличившись в годовом исчислении на 4,2 процента⁶.

11. За исключением краткосрочного воздействия на торговлю и цены, чайный сектор, судя по всему, проявил устойчивость в условиях пандемии COVID-19. Однако изменение рыночных условий в странах – потребителях чая может оказать более долгосрочное воздействие на чайный сектор и спрос, в связи с чем потребуются скоординированные действия со стороны чайной индустрии. Они рассматриваются в следующих разделах.

III. ПЕРСПЕКТИВЫ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19: ИЗМЕНЕНИЕ МОДЕЛЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЧАЯ

A. Эволюция потребления чая

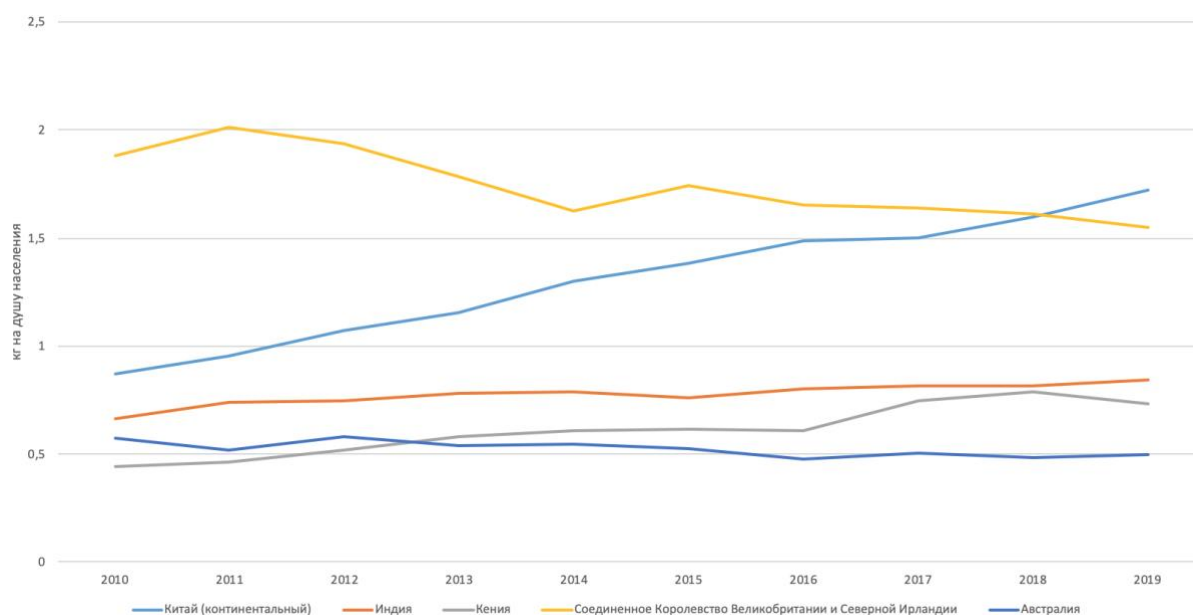
12. На протяжении последнего десятилетия (2010–2019 годы) мировое потребление чая на душу населения увеличивалось в среднем примерно на 3 процента в год, причем заметный рост наблюдался в странах-производителях чая.

⁶ ФАО. Готовится к публикации. Medium-term prospects for raw materials and tropical products.

13. Как и в случае роста потребления калорий на душу населения по мере роста доходов на начальных этапах развития⁷, потребление чая на душу населения быстрее всего росло по мере роста доходов на душу населения во многих развивающихся странах и странах с переходной экономикой. Например, в период с 2010 по 2019 год отмечался значительный и неуклонный рост потребления чая на душу населения в Китае, а в Индии и Кении также наблюдалась тенденция к увеличению потребления чая на душу населения (рисунок 3). Однако рост потребления калорий на душу населения обычно выравнивается при высоких уровнях доходов⁸. Эти модели находят отражение и в потреблении чая. В его отношении на более зрелых европейских рынках и в других развитых странах также наблюдается снижение объемов⁹. Например, потребление чая на душу населения в период с 2010 по 2019 год сократилось на таких традиционных рынках, как Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии (рисунок 3).

14. Как правило, потребители на рынках стран с высоким уровнем доходов предпочитают более разнообразную пищу, а также проявляют спрос на разнообразные напитки. Это находит отражение на рынках Европы и Северной Америки, где потребление чая на душу населения уже довольно велико, и все еще растут только нишевые рынки дорогих сортов чая класса "спешелти".

Рисунок 3. Динамика потребления чая на душу населения в отдельных странах, 2010–2019 годы.



Источник: ФАО.

15. Однако в странах с переходной экономикой и в развивающихся странах, в том числе в регионах, производящих чай, по-прежнему ожидаются более высокие темпы роста потребления чая на душу населения. Например, самый большой рост потребления черного чая среди пяти ведущих стран-производителей прогнозируется в Китае, где черный чай, пуэр и темный чай пользуются большой популярностью благодаря росту осведомленности о пользе чая для

⁷ ФАО. 2020. Положение дел на рынках сельскохозяйственной продукции – 2020. Сельскохозяйственные рынки и устойчивое развитие: глобальные производственно-сбытовые цепочки, мелкие фермеры и цифровые инновации. Рим, ФАО. 164 стр. (также см.: <https://doi.org/10.4060/cb0665en>).

⁸ Popkin, В.М. 2006. Global nutrition dynamics: the world is shifting rapidly towards a diet linked with non-communicable diseases. The American Journal of Clinical Nutrition, 84(2): 289-298.

⁹ ФАО (готовится к публикации). Medium-term prospects for raw materials and tropical products.

здоровья. Устойчивый рост потребления на протяжении следующего десятилетия также ожидается во многих азиатских и африканских странах – производителях чая, таких как Уганда (ежегодное увеличение на 8,1 процента к 2029 году), Руанда (5,1 процента), Кения (4,3 процента, Малави (4,0 процента) Зимбабве (3,8 процента), Бангладеш (2,8 процента) Непал (2,4 процента), Индия (2,1 процента), Индонезия (1,5 процента) и Шри-Ланка (1,4 процента)¹⁰.

В. Спрос на чай: основные тенденции

16. При более высоких доходах и общей стагнации спроса с точки зрения объема потребители все чаще ищут более разнообразные и специализированные продукты. Такие изменения в предпочтениях связаны с тремя основными тенденциями, влияющими на рынки чая. К ним относятся: i) возрастающая конкуренция со стороны травяных чаев; ii) спрос на более разнообразный ассортимент чаев на традиционном рынке; и iii) повышение спроса на продукцию, произведенную устойчивыми методами. Эти тенденции кратко рассмотрены ниже.

17. Испытывая растущую конкуренцию со стороны травяных чаев, рынок традиционного чая в некоторых странах сокращается. Фактически на травяные чаи в настоящее время приходится наибольшая доля продаж чая в стоимостном выражении, а торговля ими представляет собой наиболее динамично растущие сегменты на некоторых рынках развитых стран. Например, в розничной торговле Соединенных Штатов Америки травяные чаи и красные чаи продемонстрировали значительные темпы роста, в то время как сегменты традиционных чаев сократились¹¹. Такое положение дел также находит отражение в сокращении импорта чая на основных рынках развитых стран.

18. В сегменте традиционного чая также очевиден растущий спрос на более разнообразную продукцию. На зрелых рынках растет спрос на сорта чая класса "спешелти" и чаи, произведенные устойчивыми методами. Например, в Соединенных Штатах Америки в период с 2017 по 2019 год снизились продажи сухого чая на традиционных рынках, таких как супермаркеты, аптекарские магазины и магазины массовой торговли, в то время как продажи в сегменте особых сортов чая в период с 2016 по 2019 год постоянно росли¹². Фактически с 2018 года особые сорта чая опередили рынок традиционного (черного в пакетиках) чая в стоимостном выражении. Наибольшая доля продаж чая в Соединенных Штатах Америки приходится на готовый к употреблению чай.

19. Хотя продвижение сортов чая класса "спешелти" может обеспечить более высокую прибыль за счет более высоких цен, оно также сопряжено с проблемами для производителей. По мере изменения моделей потребления меняется и спрос в зависимости от сортов чая. Для производства сортов чая класса "спешелти" (фасованных или развесных) часто используются более крупные частицы листьев, чем для традиционных чайных пакетиков. Это усложняет процесс для производителей чая¹³. Для обеспечения устойчивости производитель чая полагается на продажу всех сортов, крупных и мелких. Однако опрос, проведенный в Соединенных Штатах Америки в 2019 году, показал, что даже сегменты особых чаев, по-видимому, теряют свои позиции, поскольку потребители элитных чаев все чаще переключаются на потребление ароматизированных безалкогольных и прохладительных напитков¹⁴.

¹⁰ ФАО (готовится к публикации). Medium-term prospects for raw materials and tropical products.

¹¹ Nielsen Total USA and Canada. 2018.

¹² Информация представлена Чайной ассоциацией США (Tea Association of the U.S.A. Inc.).

¹³ Следует отметить, что на самом деле все сорта изготавливаются из тех же листьев, собранных в один и тот же день, и отличаются только степенью ферментации. Качество связано с использованием и предпочтениями потребителей, но по своей сути эти сорта имеют одинаковый химический состав.

¹⁴ Nielsen Homescan. 2019.

20. Для того, чтобы воспользоваться возросшим потреблением напитков и не сдать позиции в долгосрочной перспективе, чайная индустрия должна проявить инициативный подход к этим тенденциям. В частности, последовав примеру маркетинга кофе, для маркетинга чая можно учесть и использовать спрос на продукцию высшего качества, региональные продукты и более разнообразные ароматы, а также популярность трендов здорового образа жизни. Популярность готовых к употреблению прохладительных напитков также привела к быстрому развитию производства экстрактов. На самом деле, экстракционные установки для производства сухих твердых экстрактов чая, концентратов или эфирных веществ обеспечивают создание дополнительной стоимости даже для менее качественного исходного материала.

21. Более того, среди молодых потребителей все больше растет спрос на продукты, произведенные этичными и устойчивыми методами. Например, опрос, проведенный в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии в 2019 году, продемонстрировал важность покупки чая, произведенного с соблюдением этических норм, особенно среди 25–34-летних, в то время как 18–24-летние больше всего обеспокоены такими атрибутами экологической устойчивости, как более низкое воздействие на окружающую среду и сокращение использования пластика и упаковки¹⁵. Следуя за какао и кофе, чай является той культурой, на которую приходится наибольшая доля сельскохозяйственных угодий, сертифицированных в рамках по крайней мере одной из наиболее важных схем устойчивого развития¹⁶. Когда компания Unilever продавала свое чайное подразделение в ноябре 2021 года, двое из трех финалистов, как сообщается, отказались от участия в торгах из-за опасений по поводу условий труда на некоторых плантациях¹⁷. Однако следует иметь в виду, что, несмотря на растущий спрос на продукцию с сертификатом устойчивости, в целом ее доля на мировом рынке по-прежнему невелика и сосредоточена в странах с высоким уровнем дохода¹⁸.

IV. ПРОБЛЕМЫ ЧАЙНОЙ ИНДУСТРИИ И ИХ ВОЗМОЖНЫЕ РЕШЕНИЯ

22. Что касается предложения, которое должно соответствовать динамично меняющейся рыночной конъюнктуре как на традиционных, так и на новых рынках, со стороны потребителя отрасль сталкивается с тенденциями к инновациям, диверсификации и премиализации. В связи с изменениями в отрасли, в которой преобладают мелкие фермерские хозяйства, обладающие ограниченной гибкостью для того, чтобы адаптироваться, а также с инерционностью товаропроводящих цепочек, возникают структурные проблемы.

23. В настоящее время около 60 процентов мировой чайной продукции производится мелкими фермерами¹⁹. Эти фермеры сталкиваются с множеством проблем, которые мешают им легко адаптироваться к новой рыночной конъюнктуре. Размеры участков часто слишком малы для того, чтобы обеспечить прожиточный минимум и позволить инвестировать средства в новые методы работы. Продукцию часто можно продать только одному перерабатывающему

¹⁵ The Grocer. 2019. Tea addicts, gender splits and the love of a traditional cuppa. <https://www.thegrocer.co.uk/download?ac=169654>.

¹⁶ Meemken, E.-M., Barrett, C.B., Michelson, H.C., Qaim, M., Reardon, T. & Sellare, J. 2021. Sustainability standards in global agrifood supply chains. *Nature Food*, 2(10): 758-765. <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00360-3>.

¹⁷ Financial Times. 2021. Bidders for Unilever's tea business pulled out on plantation concerns. *Financial Times*, 19 November 2021. Cited 9 December 2021. <https://www.ft.com/content/5c7bbd1-c0ce-4767-a275-530b8ab9a1fc>

¹⁸ Meemken, E.-M., Barrett, C.B., Michelson, H.C., Qaim, M., Reardon, T. & Sellare, J. 2021. Sustainability standards in global agrifood supply chains. *Nature Food*, 2(10): 758-765. <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00360-3>.

¹⁹ Определение мелкой чаеводческой фермы обычно опирается на размер фермы в гектарах и/или виды сельскохозяйственной деятельности (например, владение перерабатывающим предприятием). Точное определение зависит от национальных особенностей и различается в разных производящих чай странах.

предприятию; службы распространения знаний, институциональная поддержка и финансовые услуги ограничены, а иногда и отсутствуют. Кроме того, хозяйственная деятельность мелких землевладельцев часто не получает должного развития в результате ограниченной финансовой грамотности, низкого потенциала применения современных методов ведения сельского хозяйства и ограниченного доступа к несемейной рабочей силе. В условиях ограниченных рыночных перспектив и высокой степени неопределенности молодые поколения, похоже, покидают этот сектор, что создает условия для структурного реформирования и консолидации.

24. Одним из способов преодоления структурных барьеров, возникающих в результате преобладания мелких ферм, могло бы стать расширение сотрудничества на уровне фермерских хозяйств. Примером успешного сотрудничества мелких землевладельцев является Управление по развитию чаеводства в Кении, в число членов которого входят более 600 000 мелких землевладельцев. В рамках этой программы фермеры, среди прочего, пользуются такими преимуществами, как коллективные закупки сельскохозяйственных ресурсов, централизованный доступ к экспертным знаниям и посадочному материалу, гарантированные возможности сбыта и доступ к вертикально интегрированной товаропроводящей цепочке, совместно организуемое обучение и руководство в отношении критериев, необходимых для выхода на международные рынки, а также признание всеми основными программами сертификации и/или подтверждения устойчивости.

25. Проблемы, с которыми сталкиваются мелкие землевладельцы, отражают проблемы по всей цепочке поставок чая. Общие опасения в отрасли, как представляется, связаны с отсутствием структурной гибкости и прозрачности в товаропроводящей цепочке. Оба эти фактора могут препятствовать обмену информацией между различными участниками товаропроводящей цепочки и мешать отрасли активно реагировать на меняющиеся рыночные условия.

26. Существует несколько способов улучшить информационный поток на всех этапах товаропроводящей цепочки. На начальном этапе, на уровне первичного производства и сбора, чайные советы и ассоциации могут помочь в сборе, агрегации и анализе данных для обеспечения целевого анализа рынка и предоставления рекомендаций. Прозрачные торговые платформы, основанные, например, на цифровых решениях, считаются многообещающим способом улучшить поток информации внутри отрасли и между производителями и потребителями. Цифровые решения также могут помочь преодолеть асимметрию информации по различным критериям устойчивости.

27. Технология распределенного реестра (TPP), такая как блокчейн, предлагает цифровое и широко применимое решение для повышения прозрачности. Система общего реестра позволяет создать единую, полную и неизменяемую запись сделки по продаже чая на всех ее этапах от фермера, производящего зеленый лист, до конечного потребителя. TPP уже внедрена или тестируется крупными сетями продовольственных магазинов для отслеживания продуктов на всем протяжении продовольственной товаропроводящей цепочки. Повышенная прозрачность и безопасность, предлагаемая TPP, может укрепить степень доверия в сфере торговли чаем. Примеры успешного внедрения TPP в других отраслях приведены во *Врезке 1*.

28. Хотя TPP еще не получила широкого распространения в чайной индустрии, заинтересованные стороны в этой отрасли, как представляется, осознают явную потребность в технологическом прогрессе в сфере торговли чаем. Ряд примеров на разных этапах производственно-сбытовой цепочки показывают, что успешные инновации и применение технологий в чайной индустрии возможны. Например, для сокращения площадей, необходимых для выращивания чая, были внедрены высокоурожайные клоны, а самоходные комбайны позволяют увеличить производительность до 100 раз. Технологии также широко используются в обработке чая и обеспечивают значительную экономию труда.

Врезка 1. Примеры TRP для повышения прозрачности рынка

1) Прозрачность взаимодействия между предприятиями по линии "бизнес – бизнес" (B2B): многие структуры розничной торговли внедрили TRP для управления сложными децентрализованными продовольственными производственно-сбытовыми цепочками. Например, сеть Walmart теперь может отслеживать более 25 различных продуктов от пяти разных поставщиков за считанные секунды с помощью блокчейна компании IBM, основанного на оперативной системе Hyperledger Fabric²⁰.

2) Прозрачность взаимодействия между предприятиями и потребителями по линии "бизнес – потребитель" (B2C): все больше брендов раскрывают свои источники продуктов питания и условия, в которых продукты выращиваются, собираются и производятся. Подтверждение происхождения товара – это пример общедоступного блокчейн-решения, которое позволяет любой компании обеспечить прозрачность от источника до потребителя с помощью смарт-кодов на упаковке²¹.

3) Прозрачность взаимодействия между предприятиями и потребителями по линии "бизнес – бизнес – потребитель" (B2B2C): все больше потребителей готовы платить за качественные продукты, отвечающие определенным критериям устойчивости. Учитывая этот фактор, компания Yave провела пробный кофейный аукцион с использованием TRP для того, чтобы установить предварительные условия доступа на рынок для определенных цепей поставок. В этом случае TRP обеспечила выплату минимальной цены покупателя и производителя, создав таким образом взаимовыгодные отношения в плане предложения, которые удовлетворяли потребность потребителей в качественной продукции и соответствовали их желанию, чтобы производители получили за это вознаграждение²².

V. ВЫВОДЫ

29. Хотя конкретно с точки зрения производства и торговли пандемия COVID-19 и меры, принятые для ее сдерживания, несильно сказались на рынках чая, представляется, что в потребительских предпочтениях произошли более долгосрочные сдвиги. С ростом доходов повышается спрос на чай на душу населения во многих развивающихся странах и в странах с формирующейся экономикой. Однако для более зрелых рынков характерны три основные тенденции потребления чая: i) возрастающая конкуренция со стороны травяных чаев; ii) спрос на более разнообразный ассортимент чаев на традиционном рынке; и iii) повышение спроса на продукцию, произведенную устойчивыми методами.

30. В то же время отсутствие структурной гибкости и рыночной информации и недостаточная прозрачность представляются факторами, которые могут препятствовать эффективному реагированию чайной индустрии на меняющиеся условия на традиционных и новых чайных рынках. Для того, чтобы с выгодой использовать возможности развивающихся рынков и проявить инициативный подход к возникающим тенденциям, можно предложить чайной индустрии рассмотреть три основных направления деятельности.

²⁰ Hyperledger. 2019. How Walmart brought unprecedented transparency to the food supply chain with Hyperledger Fabric. https://www.hyperledger.org/wp-content/uploads/2019/02/Hyperledger_CaseStudy_Walmart_Printable_V4.pdf.

²¹ Provenance. 2021. <https://www.provenance.org/solutions>.

²² Yave. 2018. <https://www.yave.io/>.

- 1) Инвестирование в маркетинг для повышения привлекательности предлагаемого чая для потребителя. Выработка единой концепции отрасли. Группа, возможно, пожелает рассмотреть вопрос о возможности возобновления международной координации общей популяризации чая под ее эгидой.
- 2) Инвестирование в мониторинг рынка и исследования, чтобы улучшить фактологическую базу и поддержать процессы принятия решений.
- 3) Создание прозрачных, поддающихся проверке механизмов функционирования товаропроводящей цепочки, которые могут укрепить доверие и свести к минимуму неопределенность для всех участников чайной индустрии. В этом процессе могут оказаться полезными цифровые решения.