

Қыркүйек 2020 жыл

АҚШ СОЯ ИНГРЕДИЕНТТЕРІН САТЫП АЛУШЫЛАР ҮШІН ИМПОРТТАУ ЖӨНІНДЕГІ НҰСҚАУЛЫҚ

Келесі үшін дайындалған:



Дайындаған:



АҚШ-тың сояны бақылау басқармасы қаржыландырған

МАЗМҰНЫ

1-БӨЛІМ:

«БҰО» (Белгісіз ұшатын объект) дегеніміз не және ауыл шаруашылығы өнімдерін сатушылар неге олардан аулақ жүреді?

3

Өзімізді сатушының орнына елестете отырып, біз қалай сенімге лайық, өміршең және білікті болып көрінуге болатынын біле аламыз.

2-БӨЛІМ:

«Суық қоңырауға» баламалар

5

Ықтимал жеткізушіге хабарласпас бұрын, жұмыс пен контактілерді және жеткізушіге жүгінудің басқа да әдістерін дайындаңыз.

3-БӨЛІМ:

Терминология

6

Егер сіз дұрыс тілді қолданбасаңыз, «қызыл жалаушалар» пайда болады. Сауданың жалпы тілі мен терминологияны үйренуге уақыт бөліңіз. Келісім шарттарының тізімін қарап шығыңыз және бос өрістерді толтыруды бастаңыз.

4-БӨЛІМ:

Өңірлік сату кеңселері, қосымша келісім-шарттар, сауда компаниялары және брокерлер

9

АҚШ нарығына қалай кіру керек және әр түрлі ұйымдардың рөлі туралы не білуіңіз керек.

5-БӨЛІМ:

Несие және басқа да тәуекел

10

Төмен маржалы тауарлармен сауда жасаған кезде, қателіктерге, түсінбеушіліктерге немесе қате есептеулерге орын жоқ.

Несиелік тексеру 13

Dun & Bradstreet 14

Аккредитив 14

Бағаның ауытқу тәуекелі 15

6-БӨЛІМ:

АҚШ-тың соя және соя өнімдері нарығына шолу

14

Өнім ағыны 19

Өнімдер тізімі 22

Жабдықтаушылардың түрлері 23

Қорытынды:

19

КІРІСПЕ:

Америка Құрама Штаттары, Бразилия және Аргентина - соя мен соя өнімдерінің әлемдегі ең ірі өндірушілері мен экспорттаушылары болып табылады. Америка Құрама Штаттарынан шығатын соя бағасы, сапасы мен сенімділігіне байланысты, көбінесе әлемдік сатып алушылар үшін ең қалаулы болып табылады. АҚШ-тың іскерлік мәдениетінің құндылығы, оның келісім-шартқа адалдығы мен өнім сапасына деген ұмтылысы жоғары бағаланады. Алайда, соя бұршағын алғаш рет импорттаушылар үшін, Америка Құрама Штаттарынан жеткізушілерді табу қиын болуы мүмкін.

Соя протеинінің концентраты (СПК) және оқшауланған соя протеині (ОСП) сияқты, АҚШ-тың өңделген соя өнімдерін іздеу жеткізушілер санының аздығынан айрықша қиын болуы мүмкін. Көбінесе, АҚШ-тың кейбір жеткізушілері шағын, орта және белгісіз соя импорттаушыларының телефон қоңырауларына жауап бермейді. Бұл сатып алушыға ерекше әдеттен тыс болып көрінуі мүмкін. Өйткені, өнімді сатып алу қиын болмауы керек. Әдетте, сатушы жаңа сатылымдар жасауға ұмтылады. Бизнесіте әдетте, сату күш жұмсауды қажет етеді, бірақ, сатып алу оңай болуы керек. Алайда, соя мен соя өнімдерін сатушылар бейтаныс ұйымдармен бизнес жүргізуге күмәнмен қарайды. АҚШ-тың соя ингредиенттерін ықтимал сатып алушы экспорттаушыға тартымды болып көрінуі және бизнес жасауға дайын болуы үшін не істеу керек? Тәжірибесіз сатып алушылар АҚШ нарығында тауарды іздеу кезінде жиі кездесетін қателіктер бар. Көбінесе, жеткізуші жаңа сатып алушымен ауызша, электронды немесе жеке сөйлесудің басында, «қызыл жалаушаларды» байқауы жиі кездеседі.

Бұл нұсқаулық соя импорттаушыларға жеткізушілердің скептицизм логикасын түсінуге, жалпы қателіктерден аулақ болуға және АҚШ соя өнімдерін сәтті импорттау ықтималдығын арттыруға арналған.

1-БӨЛІМ:

«БҰО» (Белгісіз ұшатын объект) дегеніміз не және ауыл шаруашылығы өнімдерін сатушылар неге олардан аулақ жүреді?

Өзімізді сатушының орнына елестете отырып, біз қалай сенімге лайық, өміршең және білікті болып көрінуге болатынын біле аламыз.

«БҰО» - бұл бір жұмбақ, белгісіз немесе оғаш нәрсе: Белгісіз ұшатын объект. АҚШ-тың соя өнеркәсібінде және жалпы ауылшаруашылық өнімдері бизнесінде, жеткізушілер көбінесе белгісіз шетелдік сатып алушыларды «БҰО» деп атайды. Соя ингредиенттерін сатып алу үшін нарыққа келетін сатып алушы ретінде, сіз бұл белгіден аулақ болуға тырысуыңыз керек. Айтпақшы, көптеген оң ниетті, байсалды сатып алушылар жеткізушіге қате хабарлама жібергендіктен, осындай белгіге ие болады, сол үшін де оларды жылдам алып тастайды. Жеткізушілермен көбінесе, брокерлер немесе шетелдік делдалдар байланысады, олар шетелдік түпкі пайдаланушыға өнім іздейді. Көптеген жеткізушілер бұл делдал агенттерге жақтырмай қарайды, өйткені, олар көбінесе саудада нақты рөлі жоқ ұйым немесе тез маржа жасағысы келетін адам ретінде қарастырылады. Егер сіз АҚШ-тың соя өнімдерін іздейтін өндіруші болсаңыз, мұны міндетті түрде анық көрсетіңіз! АҚШ жеткізушілері «БҰО» брокерлері мен делдалдарынан бизнесті білмейтін және өміршең сатып алуды жүзеге асыра алмайтын көптеген нәтижесіз сұрауларға ие болды.

Ең сорақысы, кейбір сұраулар баға мен нарық туралы құнды ақпарат алу үшін, өздерін әлеуетті сатып алушылар деп атайтын бәсекелестерден келеді. Өкінішке орай, осындай көптеген нашар тәжірибелердің арқасында, АҚШ жеткізушілерінің көпшілігі шағын және белгісіз импорттаушыларға үлкен күмәнмен және шыдамсыздықпен қарайды.

Келіссөзден шығарылмау және «БҰО» қатарына еніп кетпеу үшін, мына жерде ескеру қажет басқа да негізгі мәселелер бар:

ЖЕТКІЛІКТІ ЖАҚСЫ - Бірінші қадам - үй тапсырмасын орындау. Бизнесіңізді қарап шығыңыз және сатып алғыңыз келетін өнімді толық түсініп алыңыз. Өзіңіз үшін маңызды сапа факторларын анықтаңыз. Қандай сапа жеткілікті жақсы екенін біліңіз және оны жағымды, бірақ маңызды емес сапа факторларынан ажыратыңыз. Егер сіз жеткізушіге тек ең жоғары сапаны хабарласаңыз, бұл шындыққа жанаспайтын немесе өте қымбат болуы мүмкін. Жеткізуші бұл туралы білуі мүмкін, себебі, олар әдетте нарыққа көптеген өнімдерді шығарады. Олар сізді нақты тұтынушы ретінде қабылдамауы мүмкін, себебі сіз өзіңіздің салаңызда бірде-бір себеппен пайдаланбайтын өнімді алғыңыз келеді.

ТҮПКІ ПАЙДАЛАНУ ТУРАЛЫ АҚПАРАТ - Көбінесе, өнімнің максатты қолданылуы туралы нақты хабарлау жеткізушіге сізге ең қолайлы өнімді ұсынуға көмектеседі. Мысалы, сусын жасау үшін пайдаланылатын соя протеинінің изоляты етке толтырғыш ретінде қолданылатын изоляттан өзгеше. Немесе тофу жасау үшін пайдаланылатын соя бұршақ пастасын жасау үшін қолданылатын соядан өзгеше.

КВО-СТАТУСЫН БІЛІНІЗ - Сіз өз еліңізде, өнеркәсіпте немесе тіпті нарығыңызда соя ингредиентін іздеп жатқан бірінші адам емес болуыңыз әбден мүмкін. Жаңа соя ингредиентін іздеу кезінде өзіңізден сұрайтын бірінші сұрақ: «Қазіргі уақытта, басқалар бұл өнімді қалай сатып алуда?» Бұл сұраққа жауап бергеннен кейін, сіз де дәл

сол арнаны қолдана аласыз. Осылайша, сіз өнімнің көзін іздеген кезде, бәсекелеске немесе басқа тарапқа сілтеме жасай аласыз. Бұл сізге бірден сенімділік береді, себебі, екінші тарап өнімді осылайша сәтті сатып алуда. Осы біліммен қаруланған кезде, сіз осы тәжірибеден алған біліміңізді қолданып, басқа жеткізушілерге жүгіне аласыз.

ТУРАШЫЛ БОЛЫҢЫЗ - Мүмкін, сіз өзіңіздің нарығыңызда бұл өнімді бірінші болып іздеген шығарсыз. Мүмкін, қазіргі уақытта сіздің еліңізге немесе аймағыңызға ешқандай өнім жеткізілмейді. Бұл үшін кешірім сұрамаңыз. Турашыл болыңыз. Жеткізушіге бұл өнімді бұрын-соңды іздемегеніңізді және сіздің нарығыңызда оны қолданып жатқан ешкімді білмейтініңізді айтыңыз. Өнімді не үшін алғыңыз келетінін түсіндіріңіз. Оны қалай қолдануды жоспарлап отырғаныңызды және не үшін қажет екенін түсіндіріңіз. Жеткізушіге білетіндеріңіз бен білмейтіндеріңізді айтыңыз. Көптеген жеткізушілер сіздің шынайылығыңызды бағалайды және көмектескісі келеді. Егер сіз тым құпия болып көрінсеңіз, жеткізушімен қарым-қатынас орнату өте қиын болуы мүмкін.

АЗ БОЛСА ДА, САЗ - Қарапайым сатып алушының қателігі - көбірек болған сайын, жақсырақ бола береді деп ойлауы. Көптеген сатып алушылар көбіне көлемге қызығушылықты асыра бағалайды және сатып алғысы келетін көлемді асыра көрсетеді. Алайда, тауарларды сатып алуға келгенде, көбінесе тапсырыс көлемі аз болады. Әсіресе, бұл бірінші тапсырыс және сатып алушы белгісіз болған кезде, көбірек сатып алу - көбірек тәуекелді білдіреді, ал ол көбінесе аса қажет емес. Ең бастысы - адал болу және шынайы үміттерді жеткізу. Шамамен, былай деп айтуға болады: «Менің сұранысым мынандай мөлшерге дейін өсуі мүмкін, бірақ мен бүгін осыны іздеудемін».

БАҒАСЫ: КОРЫТЫНДЫ МӘЛІМЕТ - Барлығы бағаны білгісі келеді. Бұл түсінікті. Дегенмен, шыдамды болыңыз. Сатып алушылар көбінесе баға туралы әңгімеге тез арада көшеді. Негізгі мәліметтер анықталғанға дейін, жеткізушіден баға жайлы сұрамаңыз. Көбінесе баға - бұл талқыланатын соңғы тақырып. «Тасымалдау», «орау», «баға», «сапа» және «төлем шарттары» сияқты шарттар баға ұсынысына дейін анықталуы керек, себебі олар қай тараптың қандай тәуекелге ұшырайтынына әсер етеді, ал бұл өз кезегінде бағаға әсер етеді. Егер сатып алушы бағаны тым ерте сұратса, қызыл жалаушалар көтерілуі мүмкін.

2-БӨЛІМ: **«СУЫК КОНЫРАУҒА» БАЛАМАЛАР**

*Ықтимал жеткізушіге хабарласпас бұрын,
жұмыс пен контактілерді және жеткізушіге
жүгірудің басқа да әдістерін дайындаңыз.*

Сонымен, сіз жеткізушіге жүгінуге дайынсыз. Сіз үй тапсырмасын орындадыңыз. Қабылдауға болатын сапаны, санды және жалпы бағаны білесіз. Сіз, ықтимал келісімшарттың кем дегенде, барлық маңызды жақтарын қарастырдыңыз. Бұл процесті бастаудың көптеген жолдары бар және бір кезде сізге электрондық поштаны немесе мәтінді жіберу, әлеуетті жеткізушіге қоңырау шалу немесе мүмкін жеткізушіге бару да қажет болады. Бұған сіздің еліңіздің, өнеркәсіп пен нарықтың ерекше жағдайлары әсер ететіні сөзсіз. Дегенмен, сіз қолдануға болатын кейбір әдістер бар:

АҚШ ЕЛШІЛІГІ - АҚШ-тың көптеген елшіліктерінде АҚШ-тың жеткізушілері мен сіздің еліңіздің арасындағы саудасаттықты жеңілдетуге бағытталған сауда өкілдері бар. Өз еліңіздегі АҚШ елшілігіне хабарласыңыз. Оларға АҚШ өнімдерін сатып алуға қызығушылық танытатыныңызды хабарлаңыз. Ұсыныс сұратыңыз. Сірә, сіздің аймағыңызға жауап беретін және сізге қандай да бір бағыт-бағдар бере алатын немесе кейбір жағдайларда сіздің атыңыздан ұсыныс бере алатын сауда атташесі бар болуы керек.

МЕМЛЕКЕТТІК ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУ БАСҚАРМАСЫ

- Сол сияқты, АҚШ штаттарының көпшілігінде өз штатынан шетелдік сатып алушыларға сауданы жеңілдететін экономикалық даму басқармасы бар. Егер сіз хабарласқыңыз келетін нақты бір жеткізуші туралы білсеңіз және олардың АҚШ-тың белгілі бір штатында тұратынын білсеңіз, сол штаттың экономикалық даму басқармасына хабарласыңыз. Бұл басқарма жеткізуші туралы білетін болуы мүмкін және сізге таныстыру жасай алады. Егер сіз өзіңізді сенімді сатып алушы ретінде көрсетсеңіз, осы штаттардың басқармаларының құрметіне ие боласыз және тез арада өзіңізге қолдаушы жасайсыз.

АЙМАҚТЫҚ КЕНСЕ - Егер сіздің жеткізушіңіз ірі халықаралық компания болса - соя әлемінде көбісі осы сипаттамаға сәйкес келеді, олар сіздің еліңіздегі әлеуетті сатып алушылармен қалай қарым-қатынас жасау керектігін білуі әбден мүмкін. Бұл жағдайда, сіздің географияңызға жауапты жергілікті немесе аймақтық кеңсені көрсетіңіз. Кейбір жағдайларда, фирма сізге басқа арна арқылы ақпарат алу мүмкіндігін бермейді. Нақты жеткізуші нені қалайтынын анықтаңыз және олар ұсынған жүйеде жұмыс жасаңыз. Әрбір жеткізуші әр түрлі және көбінесе, уақыт өте келе жеке компаниялардың қалауы өзгереді. Бірнеше жыл бұрын болған шындық бүгінде басқаша болуы мүмкін. Қалай болғанда да, жекелеген компаниялардың қазіргі таңдауларын анықтау мен түсіну және осы құрылымда жұмыс істеу маңызды.

ДҮНИЕЖҮЗІЛІК ЖЕЛІ - Бүкіләлемдік ғаламторда жалпыға қолжетімді ақпарат көздерін пайдаланыңыз. Белгілі бір жеткізуші немесе сату өкілі туралы білім алу үшін, LinkedIn сияқты қызметтерді, сондай-ақ, компаниялар мен салалық қауымдастықтардың веб-сайттарын пайдаланыңыз. Көбінесе, сатушының профилі болады және осы ақпарат көздері арқылы орнатылған байланыс ақпараты болады. Басқа ештеңе болмаса, осы адамның профилін қарап шығыңыз.

САУДА КӨРМЕЛЕРІ - Әлеуетті жеткізушілердің стенді болуы немесе өздері қатысуы мүмкін сауда көрмелерін іздеңіз. Саяхатқа шектеулер мен денсаулық қауіпсіздігіне байланысты, жеке кездесулерді алмастыратын «виртуалды» сауда көрмелері мен «виртуалды» салалық іс-шаралар пайда болуда. Көрмеге қатысушы компаниялар мен келушілердің тізімін зерттеңіз. Қандай сауда көрмесі сіздің қажеттіліктеріңізге сәйкес келетіні туралы ұсыныстар іздеңіз. Егер әлеуетті жеткізушілер қатысатын болса, бәлкім, оған қатысуға болады. Көрмелер - бұл кездейсоқ жағдайда жеткізушімен кездесудің тамаша мүмкіндігі. Өз аймағыңыздағы сауда көрмелерінің артықшылықтарын пайдаланыңыз. Сонымен қатар, АҚШ-та бірнеше сауда көрмелері бар, соның ішінде:

- *IFT Expo*
- *Natural Products Expo West*
- *Natural Products Expo East*
- *Supply Side West*
- *Supply Side East*

3-БӨЛІМ:

Терминология

Егер сіз дұрыс тілді қолданбасаңыз, «қызыл жалаушалар» пайда болады. Сауданың жалпы тілі мен терминологияны үйренуге уақыт бөліңіз. Келісім шарттарының тізімін қарап шығыңыз және бос өрістерді толтыруды бастаңыз.

Саудада мәмілені аяқтау бірнеше негізгі тармақтарды түсінуді талап етеді. Толық мәліметтер сатып алушы мен сатушы арасындағы диалог арқылы анықталатынына қарамастан, сұраныс алдында, сатып алушының келісімшарттың осы элементтерін қарап шығуы маңызды. Жауап беруге болатын кейбір негізгі сұрақтарға мыналар жатады:

САНЫ - Мен қазір қандай мөлшерді іздеп жүрмін? Бұл көлем жыл сайын қандай мөлшерде өсуі мүмкін? Санға қатысты шынайы және ашық болыңыз.

ӨЛШЕМ БІРЛІГІ - Өндірісте қолданылатын стандартты өлшем бірлігі қандай? Бұл салада метрикалық тонна, бушель, фунт немесе тағы да басқа сөздер айтыла ма? Қолданылатын стандартты өлшем бірлігін анықтаңыз және сол терминдерде сөйлеңіз.

ВАЛЮТА - Сіз өзіңіздің ұлттық валютаңызда, АҚШ долларында немесе басқа да валютада сатып алуға дайынсыз ба? Өнеркәсіпте қандай стандарт бар және сіз ұстанатын жеткізілім арнасы қандай? Стандартты валютада сатып алуға дайын болыңыз. Банк маманымен сөйлесіңіз.

ӨНІМНІН СИПАТТАМАСЫ МЕН САПАСЫ - Қандай минималды сапа қолайлы? «Жеткілікті жақсы» деген не? Мен шынайы сапа сипаттамасын сұрап жатырмын ба? Мүмкін, стандартты сапа сипаттамалары бар шығар. Мен бұл сипаттамаларды пайдалана аламын ба? Егер жоқ болса, қандай минималды түзетулер қажет?

БАҒАСЫ - Менің есігіме дейін жеткізу қызметіне қандай ақы төлеуге болады? Сатып алушы қолайлы баға туралы жалпы түсінікке ие болуы керек.

НЕГІЗ - Қосымша құны бар өңделген соя өнімдерімен жұмыс жасау кезінде, «негіз» термині кеңінен қолданылмауы мүмкін, бірақ ол соя, соя ұны және соя майы саудасының маңызды терминологиясының бөлігі болып табылады. «Негіз» - бұл Чикаго сауда палатасы (ЧСП) бекіткен нарықтық баға мен қолма-қол ақшаға сатып алынатын немесе сатылатын баға арасындағы айырмашылық. Мысалы, егер ЧСП-дағы бір бушель соя бұршағының бағасы 9 АҚШ доллары, ал Лондонда соя бұршағының бағасы 9,5 АҚШ доллары болса, Лондон соясы +0,5 АҚШ доллары негізіне ие болар еді. Кейбір келісімшарттар бастапқыда "негізгі келісімшарттар" ретінде келісіліп, жазылады, бұл келісімшарттың негізі сатып алушы мен сатушы арасында келісіліп, бекітілетінін, бірақ, ЧСП бағасы кейінірек өзгеруі мүмкін екенін білдіреді. Егер сіз сояны +0,10 АҚШ долларына сатып алып, оны +0,20 АҚШ долларына сатсаңыз, сіз бір бушельден 0,10 доллар маржа жасадыңыз. Көптеген трейдерлер тек негізгі бағаға бағдарланған, себебі олар ЧСП-да хеджирлеу стратегиясын қолдану арқылы, нарықтағы тәуекелді жояды.

(Хеджирлеу туралы қосымша ақпарат алу үшін, 5-бөлімдегі

«Бағаның ауытқу тәуекелі» түсініктемесін қараңыз).

ТЕКСЕРУ - Жеткізу алдында сапа қалай тексеріледі? Жеткізушінің құжаттамасы қолайлы ма? Немесе үшінші тарап зертханасы сынақ өткізе ме? Егер өткізетін болса, қандай зертхана? Үлгіні қалай алуға болады? Үлгіні үшінші жақ жинағанын қалайсыз ба?

САЛМАҚ - Соңғы салмақ қалай анықталады? Жеткізушінің өлшеу шкаласына көңілім тола ма?

САУДА ЕРЕЖЕЛЕРІ - Өнімге және осы сауда жолына қатысты ассоциация немесе халықаралық ережелер бар ма? Мен бұл сауда ережелерін қабылдай аламын ба?

ТАСЫМАЛДАУ - Маған толық контейнерлік тасымалдауларды іздеу керек пе? Толық контейнерден аз ба? Тасымалдауды кім ұйымдастырады? Сатушы ма, сатып алушы ма?

КАПТАМА - Қаптаманың қай түрі мен үшін қолайлы? Шағын сөмкелер ме? Қағаз пакеттер ма? Полиэтиленді пакеттер ма? Шағын контейнерлер ме? Контейнерді лық толтырып па? Контейнер балауызбен қапталған болуы керек пе? Көбінесе, контейнерге тиелген алдыңғы жүк белгісіз.

БАҒА ПУНКТИ - Маған FOB бағасы қажет пе? C&F? CIF? Жеткізілген?

Әрқайсысының кейбір негізгі анықтамалары:

FOB Free on Board (Бортта тегін) - бұл терминді қолдана отырып, сатушы өнімді келісімшартта белгіленген жерде белгіленген контейнерге (контейнерге, баржаға, кемеге, теміржол вагонына және т. б.) тиеуге келіседі. Егер сіз соя өнімдерін FOB арқылы сатып алсаңыз, бұл деген, сіз тұтынушы ретінде соя өнімін жеткізу үшін жүкті ұйымдастыруға және төлеуге жауапкершілікті алуға келісетіндігіңізді білдіреді.

C&F / CFR Cost & Freight (Құны және жүк) - бұл терминді қолдана отырып, сатушы өнімді белгіленген кемеге жүктеуге және белгіленген жерге жеткізілген жүктің ақысын төлеуге келіседі. Алайда, сатушы жеткізілімге немесе жүктің келуіне кепілдік бермейді.

CIF Cost, Insurance, Freight (Құны, сақтандыру, жүк) - белгіленген жерге сақтандыру қосылатын C&F-ке ұқсас.

DELIVERED (ЖЕТКІЗІЛГЕН) - Келісімшартта көрсетілген жерге жеткізіледі.

OWNERSHIP TRANSFER (МЕНШІК ҚҰҚЫҒЫНЫҢ АУЫСУЫ)

- Кез-келген мәміледе меншік құқығының сатушыдан сатып алушыға ауысатынын білу маңызды. Мысалы, өнім контейнерде, кемеде межелі жерге бара жатқан болуы мүмкін, ал қандай да бір себептермен кеме мені межелі портқа жіберуге болмайды. Елдер арасында сауда дауы туындауы, кеме қаржылық қиындықтарға тап болуы немесе пандемияға байланысты, жүк эмбаргоға ұшырауы мүмкін. Егер өнім C&F немесе CIF шартымен сатып алынса, өнім жеткізілмесе де, сатып алушы бәрібір де төлем үшін жауапты.

Меншіктің ауысу нүктесінің қысқаша мазмұны келесідей:

FOB - Өнім кемеге келісімшартта көрсетілгендей белгіленген жерде жүктелген кезде, әдетте, жүкті жөнелту кезінде, меншік құқығы ауысады.

C&F / CFR, CIF - Тауарды теңіз арқылы тасымалдау кезінде, меншік сатушыдан сатып алушыға тауар теңізге (мұхитқа) шыққан кезде ауысады.

DELIVERED (ЖЕТКІЗІЛГЕН)- Меншік құқығы келісімшартта көрсетілгендей белгіленген жерге конструктивті орналастыру кезінде ауысады.

ROUTING (БАҒДАРЛАУ) - Өнім қандай бағытта жүреді? Тасымалдау кезінде сапа толықтай сақтала ма? Егер транзиттік уақыт ұзақ болса немесе экватор сияқты ыстық климат арқылы қаламаған бағытпен жүрсе, бұл сапаға әсер ете ме?

SEALS (МӨРЛЕП) - Жүкті тасымалдау кезінде мөрлеу қажет пе? Келісімшартта бұл талап етілуі керек пе?

INSURANCE (САҚТАНДЫРУ) - Шығу орнынан межелі жерге дейінгі әр түрлі кезеңдерге қай тарап жауапты? Көбінесе, жауапкершілік және шығын үшін жауапкершілік сапардың әр түрлі кезеңдерінде өзгереді.

Егер өнім АҚШ-та болса және жүк көлігінде немесе теміржолда болса, тасымалдаушының сақтандыруы болуы керек. Алайда, кеме желілері оларда тасымалданатын өнімге сақтандыруды ҚАМТАМАСЫЗ ЕТПЕЙДІ. Тауар кемеге тиелгенде және порттан теңізге не мұхитқа шыққанда, егер келісімшартта көрсетілмесе, ешқандай сақтандыру болмайды.

Кемеде болған кезде өнім шығынын жабу үшін сақтандыру салыстырмалы түрде қымбат емес. Мұхиттық жүк тасымалын ұйымдастыратын қандай да бір ұйым, суда және тағайындалған портта болған кезде, әдетте, өнімді сақтандыруды қамтамасыз ете алады.

IMPORT (ИМПОРТТАУ) - Кім межелі импорт талаптарын және түпкілікті жеткізуді басқарады? Өте көп жағдайда, жергілікті кеңсесі болмаса, АҚШ жеткізушісі сауда-саттықтың бұл бөлігін басқара алмайды. АҚШ жеткізушілері туралы сұрақ қояр алдында, елдегі экспедитордан нені білуге болады?

ҚҰЖАТТАМА - Жеткізушіден қандай құжаттарды ұсынуды талап ету қажет? Әдеттегі құжаттамаға мыналар кіреді: Коносамент, сапа сертификаттары, салмақ сертификаттары, шығу тегінің сертификаты, фитосанитариялық сертификат.

ТӨЛЕМ ШАРТТАРЫ - Төлем қай уақытта және қандай формада төленеді?

ДАУЛАРДЫ ШЕШУ - Егер сауда-саттықта мәселелер

туындаса, даулар қалай шешіледі? Белгілі бір кәсіподақ немесе төрешіні алдын ала атауға болады ма? Салалық стандарт дегеніміз не?

Бұл тізім толық емес және сұраныс жасамас бұрын, сатып алушыға осы сұрақтардың барлығына жауап алу қажет емес. Алайда, бұл сұрақтардың барлығына жауап беру керек және келісімшарт түрінде жауап берілуі мүмкін. Сатушылар келісімшарт талаптарының көпшілігін ұнатады. Бұл терминдер әдетте, өнеркәсіпте қолданылатын жалпы хаттамаға/стандарттарға сәйкес келеді.

4-БӨЛІМ:

Өңірлік сату кеңселері, қосымша келісім-шарттар, сауда компаниялары және брокерлер.

АҚШ нарығына қалай кіру керек және әр түрлі ұйымдардың рөлі туралы не білуіңіз керек.

Жоғарыда айтылғандай, АҚШ-тың кейбір ірі өндірушілерінің аймақтық сату кеңселері болуы мүмкін. Сіздің аймағыңыздағы кеңсе өндіруші сіздің елге сататын жалғыз арна болуы мүмкін. Егер бұлай болса, онда бұл шешімді құрметтеніз және осы байланыс арнасында жұмыс жасаңыз және өндіріс зауытымен немесе компанияның басқа кеңсесі арқылы тікелей байланыс орнатуға тырыспаңыз.

Аймақтық кеңсе АҚШ-тан басқа елдерде шығарылған өнімді ұсынуы мүмкін екенін ескеріңіз. Аймақтық кеңсе сізге шығу тегі басқа, қосымша өнім ұсынуы мүмкін. Егер сіз американдық нарықтың тұрақтылығына, әлемдік деңгейдегі көлік инфрақұрылымымен қамтамасыз етілетін сенімді, жыл он екі ай бойы үзілмейтін жеткізілімге, соя тұрақты түрде өндірілетініне немесе басқа да себептерге байланысты АҚШ өніміне ие болғыңыз келсе, міндетті түрде, шығу тегі ретінде АҚШ-ты көрсетіңіз. Егер сіз шығу тегі ретінде АҚШ-ты көрсетпесеңіз, ірі жеткізуші сатушы ретінде, альтернативті шығу көзінен жеткізу мүмкіндігін, яғни АҚШ немесе басқа елден келген өнімді ұсынуы мүмкін. Өңірлік сату кеңсесі нарықтық динамика өзгерген кезде, арбитражға рұқсат беру және шығу

тегінің өзгеруін қамтамасыз ету үшін, шығу тегі бойынша қосымша келісімшарттар жасауға ынталандыруы мүмкін. Қосымша келісімшарт сатып алушыға төменірек баға түрінде пайда ұсынуы тиіс, себебі, сіз жеткізушіге жеткізілім кезінде өнімді ең төмен бағада сатып алу мүмкіндігін бересіз. Нарық динамикасы мен баға құрылымы келісімшарт жасалған сәттен жөнелту уақытына дейін өзгеруі мүмкін. Мысалы, белгілі бір шығу тегі үшін төмен бағаны құрайтын валюталық ауытқулар болуы мүмкін. Дәл осылай, жүк тарифтері бір пункттен тағайындалған жерге дейін (бірақ, басқа емес) өзгеруі мүмкін. Тұтас соя бұршақтарын өндіру құны бір шығу тегі бойынша өсуі мүмкін, бірақ екіншісінде емес. Шығу тегі бойынша қосымша келісімшарт сатушыға осы өзгерістерді пайдалануға мүмкіндік береді. Жеткізушіге бұл мүмкіндікті беру әрқашан төмен бағаға әкелуі керек.

Сауда компаниясы АҚШ-тың өндіріс нарығына шығудың тағы бір құралы болуы мүмкін. Сауда компаниялары сізге АҚШ-тың жеткізілім нарығына терезе ашуға мүмкіндік береді және сізге әр түрлі сапа мен баға нұсқалары бар түрлі зауыттардан өнім ұсына алады. Сауда компаниялары әдетте, өнімге меншік құқығын алады және сізге уәде етілген өнімді жеткізу үшін жауап береді.

Сауда компаниясы сатып алушыға пайда ұсына алады. Сауда компаниялары бірнеше өндіруші зауыттардан бағалардың ашықтығын қамтамасыз ете алады. Олар тиімді баға немесе қолайлы шарттар туралы келіссөз жүргізе алады, себебі, олар кез-келген шетелдік сатып алушы тұтына алатын мөлшерден гөрі өнімнің үлкен көлемін өңдейді. Сауда компаниясы бәсекеге қабілетті бағамен жақсы, мүмкін тіпті өндірушіден де жақсы жүк тасымалдау арналарына қол жеткізуі мүмкін! Сауда компаниясы сізге өнімді өз еліңізге импорттау үшін қажетті құжаттарды жинауға көмектесуі мүмкін.

Немесе, балама мүмкіндік ретінде, сізге **брокер** жалдауға болады. Бір қарағанда, брокер сауда компаниясымен бірдей рөл атқаратын сияқты көрінуі мүмкін, бірақ кейбір маңызды айырмашылықтар бар. Сауда компаниясы сияқты, брокер сізге жеткізілім нарығына терезе ашу мүмкіндігін және сізге шығу тегі әр түрлі өнімдерді ұсына алады. Сондай-ақ, брокерлер өте көп жағдайларда, жүктің ағымдағы тарифтерімен және импорттауға қажетті құжаттармен таныс болады. Дегенмен, басты айырмашылығы - брокер таза түрінде өнімге меншік құқығын қабылдамайды. Сіз бұрынғыдай, басқа жеткізушіден өнім сатып аласыз. Брокер - бұл мәмілені ұйымдастырушының бір түрі. Брокер сізді, сатып алушыны және жеткізушіні біріктіреді. Брокерлер сізді жағымсыз жағдайлардан сақтап, бағаны келісуге көмектеседі. Бірақ сайып келгенде, сіздің келісіміңіз жеткізушімен түзіледі және келісімшарт талаптарын орындауға жауапты жеткізуші болып табылады.

Назар аударыңыз, "брокер" термині жиі қолданылады, кейде бұл сіздің түсінігіңізден өзгеше болуы мүмкін. Жеткізуші қандай рөл атқаратынын және бұл жеткізушінің жеткізілім тізбегіне қалай сәйкес келетінін нақты түсінетініңізге сенімді болыңыз.

Егер сіз кедендік рәсімдерді ресми орындайтын импорттаушы болуды жоспарласаңыз, еліңізге қажетті құжаттарды жинауға көмектесу үшін, елдегі арнайы брокермен байланысу маңызды болуы мүмкін. Кедендік

брокердің рөлі жоғарыда сипатталған брокердің рөлінен өзгеше. Сатып алуды растамас бұрын, кедендік рәсімдеу үшін қажетті құжаттарды алдын ала түсіну және анықтау қажетсіз кідірістерді болдырмауға немесе ең нашар жағдайда, сіздің еліңізге кіруден бас тартуға көмектеседі. Сатып алуды аяқтамас бұрын, сатып алу келісімшартында барлық қажетті құжаттарды көрсету маңызды. Жеткізуші сатып алудан бұрын, сізге құжаттардың үлгісін ұсына алуы тиіс. Жәй ғана сұрасаңыз болғаны. Бұл құжаттарды кедендік брокермен бірге тексеріңіз. Еліңізге өнімді импорттауға мүмкіндік беретіндей, еліңіз талап ететін барлық құжаттарды алатындығыңызға толық сенімді болмайынша, жалғастырмаңыз.

5-БӨЛІМ:

Несие және басқа да тәуекел

Төмен маржалы тауарлармен сауда жасаған кезде, қателіктерге, түсінбеушіліктерге немесе қате есептеулерге орын жоқ.

Барлық адам төлемнің жасалғанын жақсы көреді. Ірі немесе шағын болсын, ингредиенттерді сатушының ең үлкен қорқынышы - жеткізілім үшін ақы алмау. Егер сатып алушы бұл қорқынышты жоя алатын болса, онда бағадан бастап, жақсы нәрселер болады. Сөз жоқ, төлем қабілеттілігі туралы хабарлайтын, содан кейін, оны іс жүзінде орындайтын сатып алушылар артықшылыққа ие болады. Төлемді тез және уақытында жүргізетін сатып алушы ең төмен баға ұсыныстары мен ең жақсы қызметті алады. Басқаша айтқанда, егер жеткізуші сізге төлем талап етілгенше уақыт берсе, бұл бір қарағанда керемет жағдай болып көрінуі мүмкін, бірақ, өзіңізді алдауға жол бермеңіз! Кредит ұсынылатын сирек жағдайларда, жеткізуші төлемнің болжалды кешігуін және тәуекелдің орнын толтыру үшін өз бағасын көтереді. Жеткізушіден несие алу туралы сұраныс жасайтын шағын, орта немесе белгісіз сатып алушылар жеткізушіге «қызыл жалауша» белгісін көрсетуі және өздері де тығырыққа тірелуі мүмкін.

Әдетте, АҚШ-тың жеткізушісі әлеуетті сатып алушыға тіпті төлем дереу төленетін болса да, несие бойынша тексеріс жүргізеді. Қарапайым түрде айтқанда, несиелік чек - бұл жеткізушінің сатып алушымен танысу әдісі. Жеткізушілер кіммен жұмыс жасайтынын және олардың жалпы қаржылық жағдайын білгісі келеді. Сатып алушы жеткізушіге сатып алушының компаниясы туралы білуге көмектесуі керек.

НЕСИЕЛІК ТЕКСЕРУ

Үлкен жеткізушілер жағдайында, ингредиенттерді сататын адамға қаржылық бағалау жүргізуге немесе несие беру туралы шешім қабылдауға рұқсат етілмеген. «Несие бөлімі» бар болуы керек және солар шешеді. Кішігірім жеткізушілер үшін, сатушы қаржылық талдау процесінде өте белсенді болуы мүмкін.

Қаласаңыз да, қаламасаңыз да, әрбір сатып алушының қаржылық профилі болады. Кейбір жағдайларда, бұл өте шектеулі және әлеуетті жеткізушіге көп ақпарат берілмейді. Ақпараттың жеткіліксіздігі жеткізушіге жағдайды өздігінен білдіреді - әдетте бұл жақсы емес. Ақпараттың жеткіліксіздігі тәуекелді білдіреді, ал тәуекелдің жоғарылауы жоғары бағаны немесе одан да сорақысы, ұсыныстың жоқтығын білдіреді.

КАРЖЫЛЫҚ ПРОФИЛЬ

Қалаған суретті бояңыз және жеткізушімен бөлісуге болатын қаржылық профильді саналы түрде жасаңыз. Пайдалы алғашқы қадам кейбір негізгі ақпаратты қолжетімді ету болуы мүмкін. Меншік құрылымы (корпорация, серіктестік, жеке кәсіпкерлік және т. б.), тарихы, операциялар көлемі, банк туралы ақпарат және анықтамалық сілтемелер сияқты ақпаратты беру арқылы, негіздерден бастаңыз. Мұны қарапайым, оқуға оңай құжатқа қосыңыз. Немесе одан да жақсысы, оны барлық адамдар көруі үшін вебсайтқа орналастырыңыз.

Талқылау жүріп жатқанда, жеткізуші қаржылық бағалауды жүзеге асыру үшін, кейбір негізгі қаржылық құжаттарды сұратуы мүмкін. Егер олар мұны істесе, бұл сіздің сұранысыңызды белсенді түрде қадағалап жатқанын білдіреді. Олар сұрауы мүмкін кейбір құжаттар келесідей:

- *Кіріс туралы анықтама*
- *Бухгалтерлік баланс*
- *Ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп*

Қаржылық есеп беруді жоғары деңгейде қарағаннан кейін, несиелік талдаушы негізгі коэффициенттік талдау жасауы мүмкін. Несиелік талдаушылар сіздің қаржылық есебіңіздің негізінде есептейтін ең көп таралған коэффициенттер:

- *Ағымдағы коэффициент*
 - *Ағымдағы міндеттемелерге бөлінетін айналым активтері ретінде анықталады*
- *Шапшаң өтімділік коэффициенті*
 - *Ағымдағы міндеттемелерге бөлінетін жылдам активтер ретінде анықталады*
 - *Жылдам активтер - ең өтімді ағымдағы активтер*
- *Қарыздың меншікті капиталға қатынасы*
 - *Акционерлерге бөлінген жалпы жауапкершілік ретінде анықталады*
 - *Компания шығарған акциялар құны*

DUN & BRADSTREET

Dun and Bradstreet (D&B) - контрагентті жақсы түсіну үшін, сатушылар қолданатын тағы бір кең таралған құрал. Егер сіздің компанияңыз D&B тізімінде болмаса, тізімге кіру үшін, ақпаратыңызды жіберуді қарастырыңыз. Несие талдаушылары бүкіл әлемдегі компаниялар туралы құнды қаржылық және несиелік ақпарат алу үшін, D&B-ге сүйенеді. Егер сіз D&B тізімінде болсаңыз, ингредиенттерді жеткізушіге «DUNS» (Деректердің әмбебап сандық жүйесі) нөмірін беруге дайын болуыңыз керек. Кредиттік талдаушы DUNS нөміріңізді D&B вебсайтына жібергенде, сіздің компанияңыздың қаржылық жағдайы туралы көптеген ақпарат алуға болады. Ең бастысы, D&B оларда тізімделген барлық компанияларға несиелік балл береді. Бұл D&B несиелік көрсеткіші несиелік талдаушылар үшін өте маңызды және бұл жеткізушінің бизнес жасауға дайындығын анықтайтын мәліметтердің ең маңызды бөлігі. Егер сізде DUNS нөмірі болмаса, оны мына жерден алуға болады:

<https://www.dnb.com/duns-number/get-a-duns.html>

(Егер жоғарыда көрсетілген сайтта сіздің еліңіз тізімделмесе, келесі сілтемеден <https://www.dnb.com>) Dun & Bradstreet басты бетіне өтіп, еліңізді/аймағыңызды таңдау үшін, жоғарғы оң жақ бұрыштағы кішкентай глобусты басыңыз.

АККРЕДИТИВ

Аккредитив - бұл халықаралық операцияларда қолданылатын ең көп таралған төлем түрі. Себебі, бұл сатып алушыға да, сатушыға да қауіпсіз төлем әдісін ұсынады. Сонымен қатар, бұл үшінші тарап банкі арқылы жеңілдетіледі. Аккредитив (LC немесе L/C) - бұл банктің бірқатар нақты талаптарды орындағаннан кейін төлем жасау міндеттемесі. Егер сіз осы төлем құралын іздесеңіз, банкіңізбен хабарласуды бастаңыз. Бір кезде, ірі халықаралық банк іске тартылады. Мұнда LC транзакциясының ең негізгі қатысушыларының тізімі келтірілген:

КЕНЕС БЕРУШІ БАНК - Бұл бенефициардың АҚШ-тағы банкі. Бұл банк құжаттарды қабылдап, өтініш берушінің банкіне жібереді.

ӨТІНІШ БЕРУШІ - Бұл сіз, сатып алушы. Өтініш беруші банкке LC (аккредитив) алуға өтініш береді. Төлем жасау үшін, банкте қолма-қол ақшамен төлеуге немесе несие желісінің болуына дайын болыңыз.

ӨТІНІШ БЕРУШІНІН БАНКІ - Бұл транзакцияны басқаратын банк. Кейде оны «эмитент банк» деп те атайды. Өтініш беруші банкпен бірге LC (аккредитив) шарттарын жазады және оларды жеткізушіге қабылдауға береді. Бұл банк төлем жасалғанға дейін, барлық құжаттарды қарайды және аккредитивтің барлық жазбаша талаптарының орындалғанын анықтайды.

БЕНЕФИЦИАР - Бұл төлемді қабылдайтын жеткізуші, сатушы. Бенефициар барлық қажетті құжаттарды банкке жеткізуге жауапты.

БЕНЕФИЦИАР БАНКІ - Бұл сатушының банкі және кейде «кеңесші банк» немесе «растаушы банк» рөлін атқарады.

Ескерту - жеткізушінің расталған LC (аккредитив) сұратуы әсіресе егер сатып алушы жаңадан келсе немесе саудаға қатысты біршама белгісіздік болса, - қалыпты жағдай. Бұл елдегі саяси мәселелер, экономикалық даулар, банк немесе сатып алушының жұмыс қабілеттілігі туралы жалпы белгісіздік болуы мүмкін. Расталған аккредитив, егер қандай да бір себептермен өтініш беруші немесе өтініш берушінің банкі төлемесе, бенефициар банктің кепілдігі болып табылады. Растаушы банк әдетте, АҚШ банкі немесе АҚШ-тан тыс бірінші деңгейдегі банк болып табылады. Бұл кепілдік құндылыққа ие, сондай-ақ, банктің қатынастарға және сайып келгенде, өтініш берушінің несиелік қабілеттілігіне байланысты. Растаушы банктің беделі маңызды. Бенефициар тәуекелді бағалауда және түптеп келгенде, өз міндеттемелерін орындауда растайтын банкке сүйенеді.

БАҒАНЫҢ АУЫТҚУ ТӘУЕКЕЛІ

Тауар саудасына жаңадан келген адамдар бағаның өзгеруіне байланысты тәуекелдерді жиі түсінеді, дегенмен, тәуекелді төмендету үшін қолданылатын негізгі хеджирлеу принциптерін түсінбеуі мүмкін. Хеджирлеуді түсіну сізді білімді етіп көрсетеді және сізді елеулі қаржылық тәуекелден құтқарады. Бұл бөлімде, біз хеджирлеу бағаның ауытқу тәуекелін қалай азайтатыны туралы өте жоғары деңгейде түсініктеме береміз. Тиын лақтырудың нәтижесіне бәс тігетін адамды мысалға алып көрейік. Тиын аударылған кезде, ол екі нәрсені жасай алады:

1. *Тиын А жағымен түсуі мүмкін.*
2. *Немесе, тиын В жағымен түсуі мүмкін.*

Шикізат тауарларының бағалары ұқсас, себебі, олар тек екі нәрсені жасай алады. Бағалар көтерілуі де, төмендеуі де мүмкін. Егер сіз ағаңызға тиынның А жағымен түсетініне 1 \$ бәс тіксеңіз, онда сіз тәуекелге бел будыңыз, себебі, тиын В жағымен түсіп кетуі мүмкін, бұл сізге 1 \$ жоғалтуға әкеледі. Дәл осылай, егер сіз тауарды сатып алсаңыз, сіз баға тәуекеліне ұшырайсыз, себебі, тауардың нарықтық бағасы оны сатуға мүмкіндік болмай тұрып, төмендеуі мүмкін. Екі сценарийде де, хеджирлеудің өте қарапайым стратегиясымен сіздің тәуекеліңізді оңай жоюға болады. Мұны қалай жасауға болады? Тиын лақтыру мысалында, сіз өзіңіздің ағаңызға тиынның А жағымен түсетініне бәс тігесіз. Тәуекелділікті болдырмау үшін, әпкенізге сол тиынның В жағымен түсетініне бәс тігуге болады. Тиынды айналдырған кезде, нәтижеге қарамастан, сіз бір бауырыңыздан 1 \$ жоғалтасыз, бірақ, басқа бауырыңыздан 1 \$ аласыз. Соя сатып алушының мысалында, ол сатып алатын сояның сатып алу бағасын бекіткенде, тәуекелге бел буады. Бұл тәуекелді қалай жоюға болады? Тиын лақтыру мысалындағыдай, қарама-қарсы ықтимал нәтижеге «ұтыс» қою керек. Басқаша айтқанда, сатып алушы өзінің тәуекелін сатып алу бағасын бекітумен қатар, дәл сол уақытта сату бағасын бекіту арқылы жоя алады. Бірақ, егер сауда іс-әрекеті әлі орындалмаған болса, мұны қалай жасауға болады? Бұл жерде Чикаго сауда палатасы (ЧСП) шешуші рөл атқарады. ЧСП-да соя саудасының әр сәтінде әрқашан соя сатып алуға және сатуға дайын

адамдар болады. Барлық соя бағасы ЧСП-да белгіленген нарықтық бағадан басталатындықтан, соя сатып алушысы соя өнімдерін болашақта жөнелту үшін сатып алынатын дәл сол уақытта ЧСП-да сатып алуға тапсырыс беру арқылы, бағаның ауытқу тәуекелін жоя алады. Сізге бағалық тәуекелді расында да хеджирлейтін адам бағаның ауытқуын қалай пайдалана алатыны қызық болуы мүмкін. Жауап - хеджерлер бағаның ауытқуларынан ақша таппайды. Тиынды лақтыру мысалында да ақша болған жоқ. Соя хеджерлерінің ақша табуы - бұл өнімге құн қосу. Мысалы, соя протеинінің концентраты (СПК) аквакультуралық жемге айналғаннан кейін, құнды бола бастайды. Оқшауланған соя протеині (ОСП) пайдалы тағамдар дайындау рецептіне енгізілген кезде құндырақ бола бастайды.

6-БӨЛІМ:

АҚШ-тың соя және соя өнімдері нарығына шолу

Білімді сатып алушы болу сіздің бизнесіңіз үшін сатып алу туралы неғұрлым ақпараттандырылған шешімдер қабылдауға көмектесіп қана қоймайды, сонымен қатар, жеткізушіге сіздің беделіңізді білдіреді. Бұл бәсекеге қабілетті баға ұсынысын алу мүмкіндігін арттырады. АҚШ-тың соя нарығы туралы жалпы түсінікке ие болу сізге сатып алу туралы шешім қабылдауға берік негіз береді.

Соя протеинінің өнімдері нарығы көптеген ойыншылармен және өнімдердің көптеген қолжетімді нұсқаларымен күрделі. Мысалы, сусындарға арналған изолят ет қоспаларына арналған изоляттан өзгеше. Әдетте, жеткізуші сіздің қажеттіліктеріңізге сәйкес келетін соя протеинінің нақты өнімін табуға көмектеседі.

Барлық соя өнімдері мен ойыншылардың бір маңызды негізгі ингредиенті бар - соя бұршақтары. Бұл жалпы негіз барлық соя өнімдерінің бағасын сояның негізгі бағасымен байланыстырады. Сонымен қатар, соя шроты, шикі май және оқшауланған соя протеині (ОСП) сияқты, әрбір жеке өнімге сұраныс пен ұсыныстың динамикасы өзара байланысты. Біреуінің қозғалысы екіншісіне әсер етеді.

Соя бұршағының көбінің әлемдік бағасы, органикалық сояны қоспағанда, Чикаго сауда палатасында (ЧСП) белгіленген соя бағасына байланысты өзгереді.

Соя бұршағының бағасы ЧСП-да жоғарыласа немесе төмендесе, соя өнімдерінің бағасы да соған байланысты өзгереді. Бұл деген, соя шроты мен соя майы сияқты өнімдерге қарағанда, қатты өңделген немесе тазартылған соя ингредиенттерінің бағасына аз әсер етеді, өйткені, өндіріс шығындарының көп бөлігі салыстырмалы түрде жоғары және біршама бекітілген.

Органикалық сояда бағаның тұрақтылығы азырақ. Органикалық сояда базалық баға мен тасымалдау тәуекеліне ұйымдастырылған айырбас жоқ. Дегенмен, органикалық өнімдердің бағасы кәдімгі

соя бұршағы сияқты сұраныс пен ұсынысқа байланысты өзгереді. Нәтижесінде, бағалар онша өзгермейді және оларды анықтау қиынырақ.

Соя бұршақтары олардың көптігі мен басқа нұсқаларға қарағанда, салыстырмалы түрде төмен құнына байланысты, ақуыз бен майдың тамаша көзі болып табылады. Соя бұршағы - ақуыз және майлы дақылдар бойынша әлемдегі ең ірі дақыл болып табылады. Ақуыздың басқа да көптеген көздері соңғы жылдары пайда болғанымен, соя осы жерде қалады, себебі, баға мен сапа тұрғысынан қарағанда, ол - ақуыздың сондай тиімді көзі. Соя амин қышқылдарының профиліне және еттің тағамдық құндылығына ұқсастығына байланысты, азоттың жоғары қоректік көзі болып табылады.

Соя протеинінен жасалған өнімдер адам, жануар және аквамәдениетке арналған. Соя протеині өнімдерін өндіруде, алдымен тұтас соядан май алынады. Бұл май әр түрлі өнімдерде қолданылады, оның ішіне тағамдық май мен дизельді отынмен араласқан соя майы кіреді. Бұл өнімдерге сұраныс пен оның нәтижесіндегі нарықтық бағалар соя протеиндерінің бағасына оң әсер етеді немесе әсер етпейді.

СОЯ БҰРШАҒЫ: ӨНДІРІСТІК ЦИКЛ ЖӘНЕ ГЕНЕТИКА

Америка Құрама Штаттарында және солтүстік жарты шарда соя бұршағы әдетте, сәуірде немесе мамырда егіліп, қыркүйек немесе қазанда жиналады. Жалпы айтқанда, тамыз айының ауа райы - соя бұршағының сапасы мен мөлшерін анықтайтын негізгі фактор болып табылады. Жақсы ылғалдылық пен тамыздың қалыпты температурасы сояның дамуына қолайлы. Фермерлер өздерінің өсіру аймағына қолайлы генетиканы таңдайды. Фермерлер ендік бойынша өзгертін әр түрлі пісу топтарына негізделген соя бұршағын таңдайды. Мысалы, Айованың солтүстігінде жақсы өсетін соя, Иллинойстың оңтүстігінде өнбеуі мүмкін. Фермерлер сонымен қатар, соя өсімдіктерінің фитоптора тамырының шірігі, жалған ақ ұнтақ сияқты ауруларға немесе біте сияқты жәндіктерге қарсы тұру қабілетіне алаңдайды.

Көптеген фермерлер көбінесе, олардың белгілі бір гербицидтерге төзімділігіне байланысты, генетикалық түрлендірілген (ГМО) соя дақылдарын пайдаланады. Қалаған нәтиже алу үшін, өзгертілген генетикалық белгілер белгілі бір сорттарға «енгізіледі». Фермерлер сұраныс бойынша, ГМО-сыз соя бұршақтарын егуге дайын. Өз кезегінде, көптеген астық элеваторлары мен қайта өңдеу қондырғыларында соя мен ГМО-сыз соя өнімдерінің сәйкестігін бүкіл жүйе бойынша сақтау процедуралары бар. Үшінші тараптың сертификаттары бар. The Non-GMO Project - бұл ГМО-сыз мәртебені растайтын АҚШ-тағы ұйым. Ақыр соңында, фермерлер мен өңдеушілер сізге қажетті өнімді жеткізгісі келеді.

Соя бұршақтары әдетте, 13 - 14 % ылғалдылықта жиналады. Дегенмен, соя бұршақтары егістікте өте тез кебеді және фермерлерге ылғалдылықты бақылау көбіне қиынға соғады. Шын мәнінде, соя бұршақтарының ылғалдылығы егістікте кезде, жоғары және төмен ауытқып отырады! Сол сияқты, егін жиналғаннан кейін, соя дәндері қоймада сақтауда болғанда, қоршаған орта температурасы мен ылғалдылықтың өзгеруіне байланысты, сояның да ылғалдылығы көтеріліп, төмендеп, өзгеруі мүмкін. Соя бұршақтары сусымалы болады және оларды иірмектермен немесе конвейерлік таспалармен оңай жылжытуға болады. Соя бұршақтары қолданылғанға дейін жақсы сақталады. Көптеген фермерлер ауаны жылытусыз пайдаланады және сояны қалыпты жағдайда ұстау үшін, желдеткіштерді іске қосады. Жылыту сирек қолданылады. Егер жылу пайдаланылса, оны өрттің немесе сояның зақымдалуын болдырмау үшін, төмен температурада қолдану керек. Егер соя бұршақтары кез-келген уақытқа сақталса, ылғалдылықтың жалпы қолайлы мөлшері максимум 13 % құрайды.

СОЯ ӨНІМДЕРІ: КОММЕРЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ТАБИҒИ

Соя өнімдерінің дифференциациясының тағы бір маңызды сәті - өндіріс процесінде қолданылатын кейбір негізгі технологиялар болып табылады. Негізгі айырмашылық - бұл селективті тазалау майынан және экспресс-экструдталған майдан алынған өнімдер.

Гексан - бұл өнеркәсіпте май алу үшін қолданылатын ең көп таралған еріткіш. Бұл мұнайдан алынатын өнім және өте жанғыш, түссіз сұйықтық, бензин тәрізді нәзік иіс шығарады. Гексанның тиімділігі өте жоғары, механикалық процестен гөрі, аз энергиямен көп май шығарады. Май шығарылғаннан кейін, қалған кез-келген гексан бу жүйесі мен вакуум арқылы, майдан алынады. Қалған гександы кетіру үшін, ұн жеңіл қуырылады. Гексанмен өндірілген соя өнімдері ең көп таралған, олар - ірі халықаралық өндірушілер ұсынатын басым өнім.

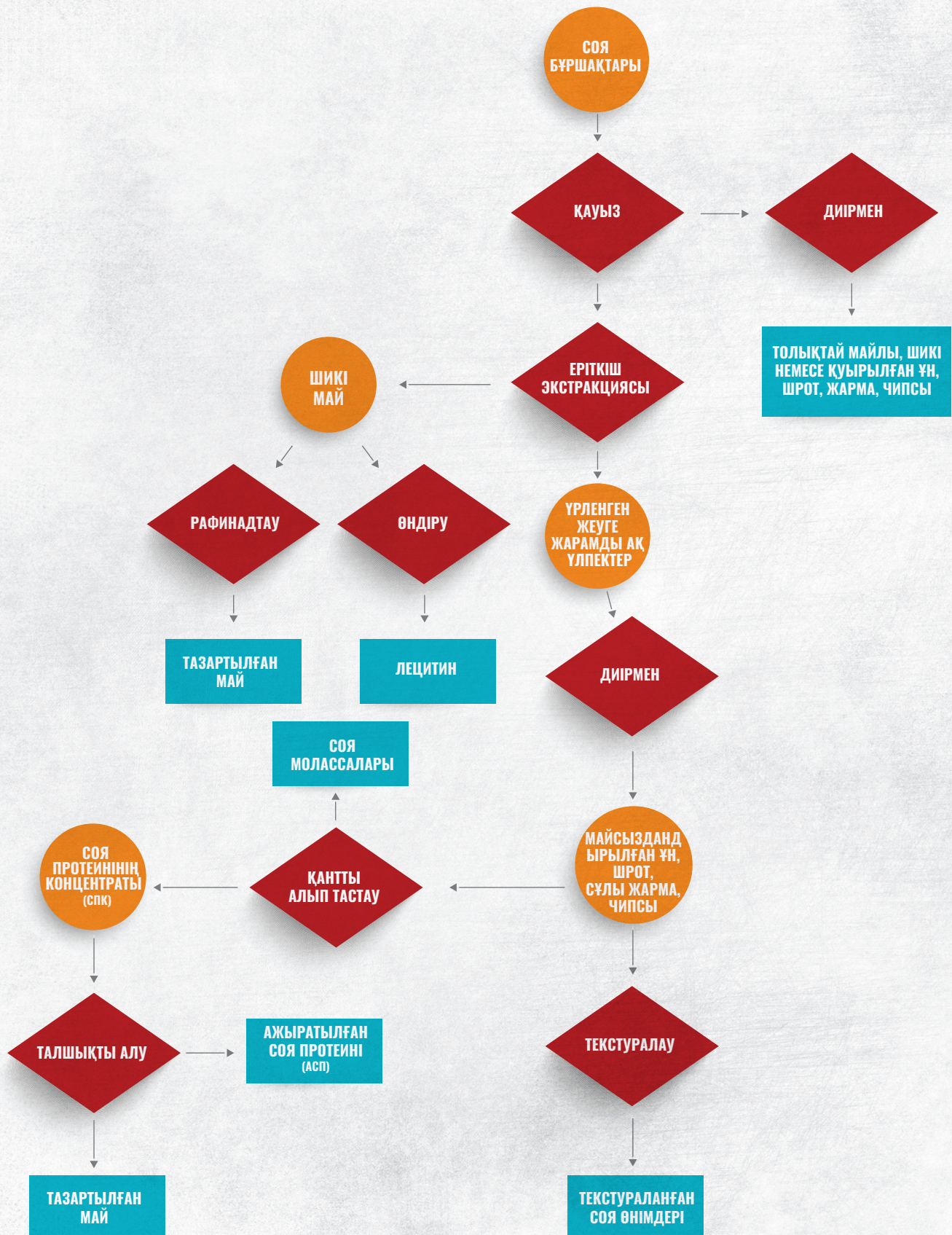
Май алудың экспеллерлік-экструдерлеу әдісі - еріткіштерді қолданбайтын жиі қолданылатын механикалық әдіс. Ол май алу үшін қысым мен жылу жүйесін қолданады. Оны кейбіреулер табиғи деп сипаттайды және оны органикалық деп атауға болады. Ол майды кетіруде соншалықты тиімді емес, көбінесе, көп энергия жұмсайды және қондырғыны күтіп ұстауды қажет етеді. Нәтижесінде, экспеллерлік-экструдерлеу әдісімен алынған өнім еріткіштен алынған өнімдерге қарағанда, басқаша жұмыс істей алады. Олардың басты айырмашылығы - олардың құрамында май мөлшері аз болады. Алайда, майдың құрамында энергия/калория және тағамдық құндылығы бар. Көбінесе, мал шаруашылығы өнімдерін өндірушілер, мысалы, құс шаруашылығында құрамында біршама соя майы бар соя шротын алу үшін сыйақы төлейді.

ӨНІМ АҒЫНЫ

Келесі диаграммалар соя өнімдерінің негізгі түрлерін және олардың жасалу жолдарын көрсетеді.

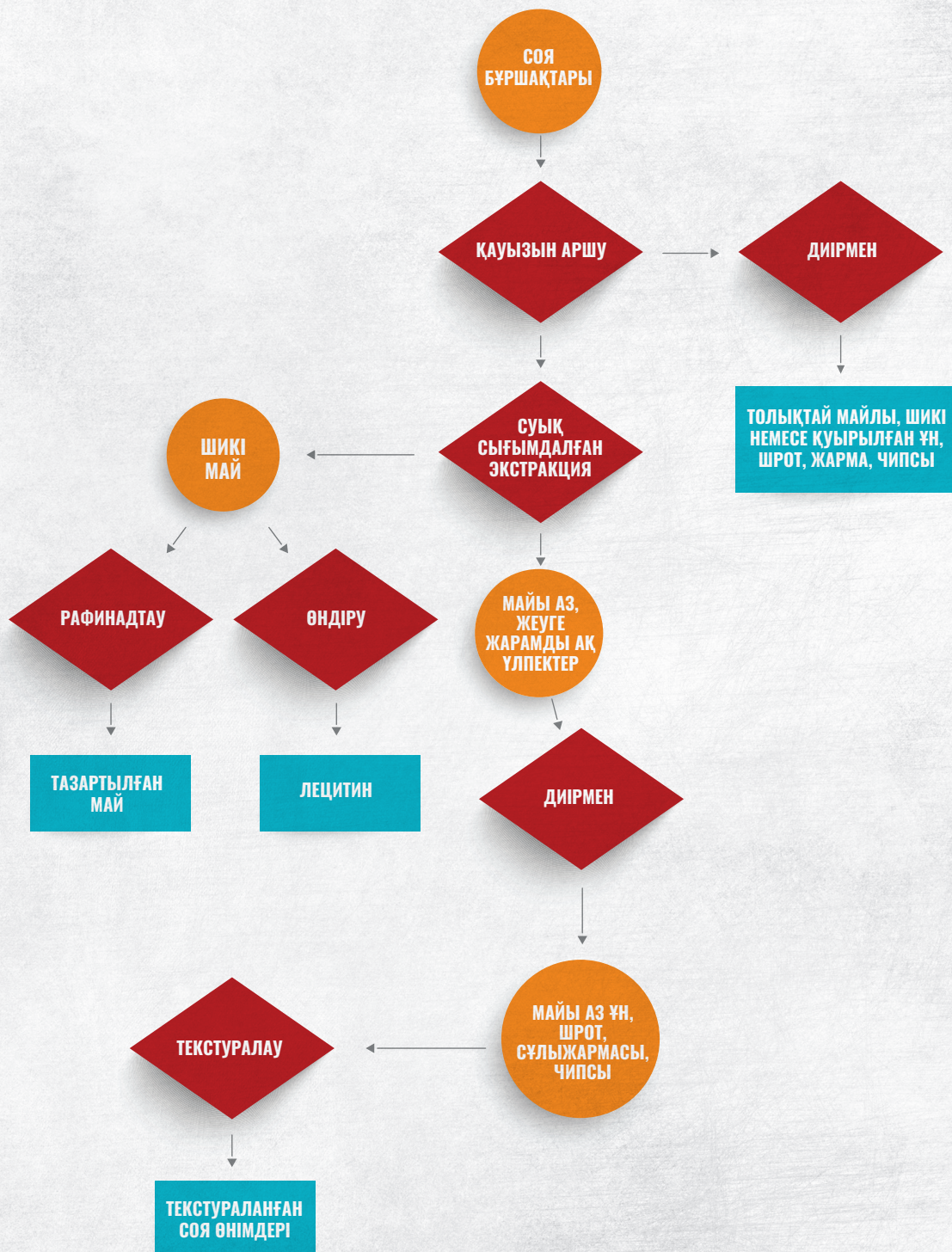
КОММЕРЦИЯЛЫҚ ӨНДЕУ

(ГЕКСАНМЕН АЛЫНҒАН)



ТАБИҒИ ӨНДЕУ

(ЭКСПЕЛЛЕРМЕН СЫҒЫМДАЛҒАН НЕМЕСЕ ТОЛЫҚ МАЙ)



Сіз қазірдің өзінде, дүниежүзі елдері соя өнімдерін сипаттау кезінде, сіз сияқты терминологияны қолданбайтынын байқаған боларсыз. Мысалы, Америка Құрама Штаттарында «соя шроты» термині құрамында кемінде 44% ақуыз бар және көбінесе құрамында соя майы жоқ (егер бар болса) негізгі ұнтақталған соя протеиніне қатысты айтылады. Алайда, АҚШ-тан тыс кейбір елдер оны соя шротының орнына, «соя күнжарасы» деп атайды. Соя өнімдерін талқылаған кезде, барлығы талқыланып жатқан өнімдер туралы ортақ түсінікке ие екеніне көз жеткізіңіз.

Бұл бөлімде, біз соя протеинінен жасалған өнімдердің әр түрін, олардың әрқайсысының негізгі сипаттамаларын және олардың типтік стандарттары/ерекшеліктерін сипаттайтын боламыз.

СОЯ ШРОТЫ - Соя шротында әдетте, 44% немесе 48% ақуыз бар және құрамында соя майы аз немесе жоқ. Оның негізгі қолданылуы - мал азығы. Ақуыздың төмен және жоғары мөлшерінің арасындағы айырмашылық әрдайым дерлік ұнға қосылатын қабықтың мөлшерімен анықталады. Соя бұршағын өңдеудегі алғашқы қадамдардың бірі - қабықтарды алып тастау. Егер сіз қабықты білмесеңіз, бұл - сояның сыртында орналасқан жұқа қауызы. (Мұны жержаңғақтың қабығын ашқаннан кейін, дәнегіндегі жұқа қабықпен салыстыруға болады.) Қабықта талшық көп, бірақ ақуыз аз. Әдетте, қабықта 10-12% шикі ақуыз, 36-40% шикі талшық және 9-13% ылғал болады. Қабықты алып тастағаннан кейін, олар кейде ірі қара малға арналған жеке өнім ретінде сатылады. Алайда, олар көбінесе ақуызды азайтатын соя шротына қайта қосылады. 48% ақуыз бар соя ұнында өте аз қабық болады немесе мүлде болмайды. Екінші жағынан, соя ұнының 44%-ында әрдайым дерлік қабық болады.

МАЙСЫЗДАНДЫРЫЛҒАН СОЯ ҰНЫ МЕН ЖАРМАСЫ

- Майсыздандырылған соя ұны мен жармасының құрамында 52-54% ақуыз бар. Оның негізгі қолдану аясы - нан өнімдері, жануарлар мен үй жануарларына

арналған тағамдар, функционалды тағамдық өнімдер, мысалы, коректік батондар мен энергетикалық сусындар, өнеркәсіптегі қолданулар мен ет алмастырғыштар.

ТЕКСТУРАЛАНҒАН СОЯ ҰНЫ - Текстураланған соя ұнының құрамында 52-54% ақуыз бар. Оның негізгі қолданылуы аясы - ет алмастырғыш ретінде және жануарлар мен үй жануарларына арналған тағамдар.

СОЯ ПРОТЕИНИНІН КОНЦЕНТРАТЫ (СПК) - СПК құрамында 62-ден 69%-ға дейін ақуыз бар. Оның негізгі қолдану аясына ет алмастырғыштар, жануарлар мен үй жануарларына арналған тағамдар, өнеркәсіптік қолданулар, функционалды тағамдар мен сүт баламалары мен сусындар кіреді.

ОКШАУЛАНҒАН СОЯ ПРОТЕИНИ (ОСП) - ОСП кейде соя протеинінің изоляты немесе СПИ деп аталады. Оның құрамында 86-87% ақуыз бар. Оның негізгі қолдану аясына ет алмастырғыштар, өнеркәсіптік қолданулар, сүт және балама сусындар, жануарлар мен үй жануарларына арналған тағамдар, функционалды тағамдар мен нан өнімдері кіреді.

СОЯ ЛЕЦИТИНІ - Соя лецитині - тазалау кезінде соя майынан алынатын өнім. Ол әдетте, эмульгатор ретінде қолданылады, әрі қарай өңделгенде, қарапайым нан пісіру өнімі болады. Ол әр түрлі кондитерлік өнімдерде, сүт өнімдерінде және тез дайындалатын тағамдарда қолданылады. Шоколадтың көпшілігінде соя лецитині бар.

СОЯ МЕЛАССАЛАРЫ - Соя мелассалары - өзіне тән ащылау тәтті дәмі бар қоңыр түсті тұтқыр сироп. Бұл - соя протеинінің концентратын алу үшін майсыздандырылған соядан қант/көмірсуларды алып тастау кезінде жасалған қосымша өнім. Соя мелассасын құрама жемге азық ингредиенті ретінде, түйіршіктерге қоспа ретінде, соя шротына қосып, сояның қабығымен араластырып, сұйық мал азығында қолдануға болады.

ЖЕТКІЗУШІЛЕРДІҢ ТҮРЛЕРІ

Жеткізушілердің түрлері ізделінетін өнім түріне байланысты әр түрлі болуы мүмкін.

Тұтас соя бұршақтары - тұтас соя бұршақтарын жеткізудің көптеген нұсқалары бар. Ол фермерлерден бастап, ірі халықаралық сауда компанияларына дейін болуы мүмкін. Кез-келген мәміле сияқты, сіз бірге жұмыс істейтін жеткізушінің халықаралық сауда тәжірибесі мен қажетті құжаттарды жинауда жеткілікті тәжірибесі бар екеніне көз жеткізіңіз. Соя бұршағын тікелей фермерден алу міндетті түрде ең төмен бағаға немесе ең жақсы сапаға кепілдік бермейтінін біліңіз. Фермерлер көбінесе, жергілікті баға экономикасымен байланысты, бұл олардың соя өнімдерін экспорттауды тым қымбатқа түсіруі мүмкін. Сонымен қатар, фермерлер көлемді тиеу үшін арзан бағамен жүктерді жөнелтуге немесе жүктеу көлемінің ұлғаюына байланысты, үнемдеуге қол жеткізе алмауы мүмкін. Жалпы айтқанда, фермерлер тәуекелге, күрделілікке және қажетті масштабы мен тәжірибесі бар басқа фирмалармен қатаң бәсекелестікке байланысты, өздерінің соя өнімдерін экспорттауға қатысуға қызығушылық танытпайды, Алайда, соңғы 15 жыл ішінде соя экспортына арналған контейнерлердің технологиясы мен жалпы қолданылуы шағын соя экспортерлерінің жаңа тобын құрды. Егер бұл үрдіс жалғаса берсе, АҚШ-тың ірі соя өндіруші фермерлері жақын арада өздерінің соясын экспорттауға тұрарлық жағдайға тап болуы мүмкін. Қосылған құн/мамандандырылған және тауашалық сорттары шағын мекемелерге табысты экспорттаушы болуға мүмкіндік береді.

Өнеркәсіптік мақсаттарда өндірілген соя шроты мен шикі май - Еріткіштен алынған соя өнімдерін шығаратын өте ірі компаниялардың саны шектеулі. Көптеген ірі жеткізушілер шетелдік сатып алушыларға өнімді ұсына алады. АҚШ немесе халықаралық сауда компаниялары да тауарды жеткізе алады.

Табиғи өндірілген соя шроты мен шикі май -

Өнеркәсіптік өндіріспен салыстырғанда, пресс немесе толық майлы пресс өнімдерін жеткізушілер көп. Олардың шетелдік сатып алушыларға сату мүмкіндіктері әр түрлі болады. Көбісінің өнімдерді экспорттауда біліктілігі мен тәжірибесі бар. Басқаларында болмауы мүмкін. Бұл нарықта жеткізілімге қол жеткізу үшін, сіз сауда компаниясы арқылы жұмыс жасағыңыз келуі мүмкін.

КОРЫТЫНДЫ

Сауда-саттықтың жалпы тәжірибесімен дайын болу және білу АҚШ-тан соя мен соя өнімдерін іздеу кезінде өте пайдалы болады. Мұнда, жасауға болатын және жасауға болмайтын нәрселердің тізімі келтірілген.

ЖАСАУҒА БОЛАТЫН НӘРСЕЛЕР:

- Ақпаратқа адал және ашық болу.
- Әлеуетті жеткізушілерге өнімді қалай пайдаланғыңыз келетінін түсіндіру. Оларға бүгінгі таңда нені пайдаланатындығыңызды және осы өнімді неліктен алғыңыз келетінін айтыңыз.
- Өз тәжірибеңізді айтыңыз. Өзіңіз және компания туралы ақпаратты, соның ішінде, толық қаржылық ақпаратты еркін ұсыныңыз. Жеткізушіде сіздің кім екеніңіз және, бәлкім, ең алдымен, сіздің төлем қабілетіңіз туралы нақты сурет бар екеніне көз жеткізіңіз.
- Біліміңізді арттырыңыз. Соя өндірісінде қолданылатын негізгі терминологияны үйренуге және түсінуге уақыт бөліңіз.
- Өтінішіңізді сөзбен жеткізіңіз. Өнімнің сапасы мен көлемін дәл анықтауға дайын болыңыз.

ЖАСАУҒА БОЛМАЙДЫ:

- Өте түсініксіз және құпия болу арқылы, «НЛО» немесе кавалерлік брокер ретінде көрінуден аулақ болыңыз.
- Жеткізуші сіздің операцияңызды қаржыландырады деп күтпеңіз. Несие шарттарын сұраудан аулақ болыңыз. Төлеуге бірден дайын болыңыз.
- Сізге шын мәнінде қажет мөлшерден артық, шамадан тыс көлем потенциалын шын мәнінде қажет деп хабарлап, жеткізушіге әсер етуге тырыспаңыз.
- Жеткізу мүмкін емес немесе өте қымбат болуы мүмкін ерекше сапаны сұрамаңыз. Жеткілікті жақсы нәрсені сұраңыз.
- Негізгі мәліметтер анықталғанға дейін, жеткізушіден баға жайлы сұрамаңыз.

Ең бастысы, позитивті болыңыз және көңіліңізді түсірмеңіз! Барлық пайдалы, ұзақ мерзімді қарым-қатынастардың дамуы үшін уақыт қажет. Сатып алу туралы келісімшартқа отыру өте қиын болып көрінгенімен, бүкіл әлем бойынша көптеген бәсекелестеріңіз осындай қиындықтарға тап болады. Егер сіз табандылық танытсаңыз, сіз оңай бас тартатын басқа компаниялардан бәсекелестік артықшылыққа ие боласыз.