

УДК 338.012

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА ПОСРЕДНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

© 2012 г. Т.И. Потоцкая

Смоленской государственной университет

Поступила в редакцию 04.02.2011 г.

В статье сформулированы результаты исследования роли посредников в мировом алмазно-бриллиантовом комплексе. Показаны причины формирования посреднических функций у предприятий и, как следствие, у территорий, вовлеченных в функционирование алмазной и гранильной отраслей. Предложена авторская методика определения количественных оценок деятельности посредников. Показаны география посредничества и место России в посреднических операциях на мировом алмазно-бриллиантовом рынке.

Экономико-географические исследования межотраслевых комплексов отличаются высокой степенью обобщения, так как в них в качестве основных субъектов рассматриваются только производители и потребители. Поэтому емкость товарных рынков, которые они образуют, определяется по объемам выручки компаний-производителей. Предполагается, что весь производимый товар напрямую продается потребителю торговыми подразделениями компаний-производителей. И если при этом выясняется, что объем продаж значительно превышает объем производства, делается вывод о наличии спекулятивных операций на исследуемом рынке. Столь простой тип взаимодействия между основными субъектами, конечно, существует, но встречается только в пределах отраслей, производящих конечный продукт (рынок В2С)¹, относящийся к категории “биржевой товара”².

Внимательное изучение межотраслевых комплексов (а это, как правило, рынок В2В), в рамках,

которых производится так называемый “небиржевой товар”, показывает, что наряду с традиционными субъектами (производителями и потребителями), там очень активно действуют посредники. При этом их наличие объективно настолько необходимо, что трудно представить развитие таких рынков без посреднической деятельности. Они формируют вторичный рынок, емкость которого зачастую сопоставима с емкостью первичного рынка, и даже может его превышать.

Более того, география посредничества значительно отличается от географии производства и географии потребления, поскольку посреднические функции способна выполнять территория, обладающая определенным набором свойств (не являющихся обязательными для производителя или потребителя). К основным из них можно отнести: наличие режима льготного налогообложения и законодательства (в силу того, что товар проходит через территорию транзитом, она не должна увеличивать его стоимость) (табл. 1) и наличие квалифицированных кадров, способных осуществлять посреднические операции. Вместе с тем посреднические функции не возникают на пустом месте. Они являются следствием или ранее существовавшей на данной территории производственной функции, или существующей ныне потребительской.

Ярким примером межотраслевого комплекса, в функционировании которого роль посредников трудно переоценить, можно считать алмазно-бриллиантовый комплекс (АБК). Он формирует

¹ В2С (business-to-customer) – потребительский рынок, т.е. ориентированный на конечного потребителя; В2В (business-to-business) – промышленный рынок, т.е. ориентированный на промышленные предприятия.

² Биржевой товар – это товар массового производства, активно перепродаваемый на организованных рынках, обладающий качественной однородностью, сопоставимостью качественных характеристик, взаимозаменяемостью отдельных партий, что позволяет вести торговлю им по описаниям и образцам [7]. Соответственно “небиржевой товар” – товар, не соответствующий критериям “биржевого товара” (автор).

Таблица 1. Позиция стран, вовлеченных в функционирование алмазно-бриллиантового комплекса, в мировом рейтинге налоговых режимов, 2009 г. Составлено по [6]. Жирным шрифтом выделены страны-посредники.

Позиция в мировом рейтинге	Страны, вовлеченные в функционирование АБК	Кол-во уплачиваемых налогов (платежей в год)	Время, затрачиваемое на уплату налогов (часов в год)	Величина полной налоговой ставки (% от коммерческой прибыли)
2	Катар	1	36	11.3
3	Гонконг (Китай)	4	80	24.2
4	ОАЭ	14	12	14.1
5	Сингапур	5	84	27.8
7	Саудовская Аравия	14	79	14.5
8	Оман	14	62	21.6
11	Кувейт	15	118	15.5
13	Бахрейн	25	36	15
16	Великобритания	8	110	35.9
18	Ботсвана	19	140	17.1
21	Швейцария	24	63	29.7
23	ЮАР	9	200	30.2
28	Канада	9	119	43.6
47	Австралия	12	107	48
61	США	10	187	46.3
73	Бельгия	11	156	57.3
75	Турция	15	223	44.5
83	Израиль	33	230	32.6
88	Таиланд	23	264	37.2
92	Тайвань (Китай)	18	281	40.4
97	Намибия	34	375	9.6
103	Россия	11	320	48.3
123	Япония	13	355	55.7
125	Китай	7	504	63.8
147	Вьетнам	32	1 050	40.1
153	Армения	50	958	36.2
157	ДР Конго	32	308	322
169	Индия	59	271	64.7
181	Украина	147	736	57.2
183	Беларусь	107	900	99.7

Позиция стран в мировом рейтинге налоговых режимов определяется по трём главным параметрам: времени, затрачиваемом на уплату налогов, их количеству и совокупной величине налоговых отчислений.

рынок B2B, на котором продаются алмазы и бриллианты, не являющиеся классическим “биржевым товаром”. Именно поэтому во многих странах, вовлеченных в функционирование АБК, слово “биржа” в названии организаций, занимающихся куплей-продажей алмазов и/или бриллиантов, часто заменяется на “клуб”, “ассоциация”, “палата” (Клуб алмазных дилеров Нью-Йорка, Алмазный клуб Вены, Алмазный клуб ЮАР, Алмазная палата России).

Посредники наряду с производителями и потребителями занимают в этом комплексе значительное место, что находит отражение в общепринятой схеме его отраслевой структуры, называемой

“алмазным трубопроводом” алмазная отрасль (добыча алмазов, торговля алмазами), гранильная отрасль (производство бриллиантов, торговля бриллиантами), ювелирная отрасль (производство ювелирных изделий с бриллиантами, торговля ювелирными изделиями с бриллиантами).

Очевидно, что посредническая деятельность в АБК сконцентрирована в пределах алмазной и гранильной отраслей. Остановимся подробно на причинах, приводящих к её возникновению.

Посредничество в алмазной отрасли связано с одной стороны с особенностями ценообразования на алмазы, а с другой стороны с особеннос-

тиями специализации гранильных компаний, которые выступают потребителями алмазов.

Говоря о ценообразовании, надо помнить, что алмазы – физически неоднородный продукт. На сегодняшний день не существует единых мировых стандартов классификаций алмазного сырья, поскольку большинство критериев (цвет камня, чистота, форма), лежащих в основе формирования цены, невозможно измерить инструментальным способом. Только весовые характеристики алмаза измеряются абсолютно, остальные параметры определяются визуально путем сравнения с образцом. Учитывая, субъективную природу ценообразующих факторов, разница в оценке стоимости алмазного сырья разными экспертами может достигать 100%, поэтому процесс продажи алмазов зачастую носит спекулятивный характер и требует высококвалифицированных кадров оценщиков товара и создания геммологических лабораторий на территориях посредников, занимающихся оценкой и сертификацией алмазов. Отсюда начинается цепочка посредников в алмазной отрасли.

После оценки камни сортируются в зависимости от своих характеристик. Из сортированных алмазов формируются партии камней для дальнейшей продажи в соответствии с условиями рентабельности ведения гранильного бизнеса в стране, на территории которой будут обрабатываться эти алмазы. Несмотря на то, что любая компания, производящая бриллианты, может обрабатывать весь спектр добываемых алмазов, этого не происходит из-за разной стоимости и качества используемой рабочей силы (гранильная отрасль трудоемка). Бриллианты идеальной и коммерческой огранки, как правило, производят из высококачественного сырья в странах с высококвалифицированной рабочей силой. Бриллианты индийской огранки производят из сырья невысокого качества в странах с дешевой рабочей силой. Таким образом, специализация с одной стороны, России, Бельгии, США, Израиля, ЮАР на обработке высококачественного алмазного сырья, а с другой стороны Индии, Шри-Ланки и др. на обработке околочувелирного сырья – это попытка занять собственную нишу и выжить на рынке со значительным уровнем конкуренции.

Как следствие данной особенности возникает дополнительный торговый поток алмазов, который формируется гранильными компаниями, продающими нерентабельное для собственной обработки алмазное сырье тем предприятиям, условия ведения бизнеса которых, позволяют осуществлять этот процесс более эффективно. Поскольку

уровень рентабельности деятельности компании чаще всего связан с особенностями территории, на которой она расположена, алмазное сырье передается гранильным компаниям, расположенным на других территориях (Россия – Украина; Израиль – Россия, Украина, Армения, Индия, Китай, Таиланд, Ботсвана, ЮАР; Бельгия – Россия, Армения, Индия, Китай, Таиланд, Лаос, Шри-Ланка, Канада, ЮАР, Ботсвана; США – Китай, Израиль, Россия, Армения, ЮАР и др.).

Необходимо отметить, что посредничество на мировом алмазном рынке всегда носило организованный характер благодаря деятельности крупнейшей алмазодобывающей компании мира – De Beers. Она сформировала одноканальную систему сбыта алмазного сырья, закупая его на основе контрактных поставок у основных алмазодобывающих компаний. Другими словами, De Beers сконцентрировала в своих руках всю деятельность, связанную с сортировкой алмазного сырья и его комплектацией в соответствии с потребностями крупнейших гранильных компаний мира. Впоследствии (в 90-е годы XX в.) из контрактных отношений с данной компанией стали постепенно выходить крупнейшие алмазодобытчики, формируя “свободный рынок” алмазного сырья, и удлиняя цепочку посредников. Однако De Beers не отказалась от своей посреднической миссии, предложив мировому АБК программу “Поставщик выбора”. Она обеспечивает гарантированные поставки необходимого по ассортименту и качеству алмазного сырья ведущим гранильным компаниям мира, что позволяет им эффективно развивать гранильный бизнес в границах своих государств.

Посредничество в гранильной отрасли также во многом определяется особенностями ценообразования, так как бриллианты, как и алмазы – физически неоднородный товар. При оценке бриллиантов акцент делается на те же самые характеристики – вес, цвет, дефектность, добавляется только форма огранки. Это обстоятельство в свою очередь приводит к определенной доле субъективности в оценке товара и, как следствие к возникновению спекулятивных операций. Однако разброс в экспертных оценках на одну и ту же партию бриллиантов гораздо менее значителен, чем мы можем наблюдать в алмазном бизнесе. Кроме того, бриллианты весом более 1.00 кар. продаются с сертификатами, фиксирующими качество товара. Этот аспект функционирования мирового бриллиантового рынка придает процессу формирования цен несколько большую объективность, чем на мировом алмазном рынке.

Кроме того, в силу специфичности производимого товара (каждый бриллиант индивидуален по набору свойств – вес, цвет, чистота, форма и качество огранки), гранильные компании не могут продать свой товар сразу конечному потребителю (ювелиру). Ювелиру, как правило, нужны камни со схожими характеристиками (например, если речь идет о производстве серег, ожерелий, браслетов и т.д.) и в достаточном количестве. Эти условия трудно выполнить производителю, так как ассортимент его продукции определяется, прежде всего, свойствами алмазного сырья, которое он обрабатывает, а не желанием потребителя. Поэтому возникает необходимость в услугах посредников между огранщиками и ювелирами, занимающимися комплектацией бриллиантов для будущих ювелирных изделий. Отсюда и длинная торговая цепочка посредников в продвижении бриллиантов. В начале – это крупные оптовики, хорошо знающие конъюнктуру мирового ювелирного рынка, его товарные и региональные предпочтения и умело комплекующие лоты бриллиантов для дальнейшей продажи. Затем – это средние и мелкие оптовики, работающие на конкретные ювелирные компании под определенные заказы. Завершают цепочку собственно ювелирные компании.

Неудивительно, что и требования к товару у перечисленных потребителей бриллиантов значительно различаются. Оптовиков интересуют, прежде всего, объем, цена и ассортимент товара. Хотя даже среди оптовиков существуют различия в подходе к приобретению бриллиантов. Для крупных оптовиков наиболее важным является постоянство в торговых связях, которое способно обеспечить гарантированный большой объем закупок и разнообразный ассортимент товара. В то же время для средних и мелких оптовиков наибольшей ценностью является специальный ассортимент товара, за который они готовы платить повышенную цену. Ювелирам интересен специальный ассортимент товара, возможность его комплектации, наличие бренда у приобретаемого товара для его дальнейшего продвижения и относительно низкая цена, поскольку покупка происходит без посредников [1].

Очевидно, что в данных условиях основными потребителями бриллиантов на мировом рынке будут выступать компании в первую очередь, стран-посредников (Бельгии, Израиля, Гонконга, ОАЭ), и только во вторую – стран-потребителей (США, Японии, Италии, ФРГ и др.).

Подводя итог выявлению причин формирования посреднической функции на мировом алмаз-

но-бриллиантовом рынке, который построен на разветвленной системе посредников, выделим **основных посредников**. На страновом уровне к ним можно отнести: Бельгию (24% мирового импорта алмазов, 35% мирового вторичного экспорта алмазов, 21% мирового импорта бриллиантов, 24% мирового экспорта бриллиантов), Великобританию (22% мирового импорта алмазов, 33% мирового вторичного экспорта алмазов), Израиль (17% мирового импорта алмазов, 17% мирового вторичного экспорта алмазов, 10% мирового импорта бриллиантов, 17% мирового экспорта бриллиантов), Гонконг (8% мирового импорта бриллиантов), ОАЭ (5% мирового импорта алмазов, 11% мирового вторичного экспорта алмазов, 10% мирового импорта бриллиантов и 8% мирового экспорта бриллиантов) и др. (рисунок) [2, 5]. В то же время посреднической деятельностью занимаются и традиционные производители, такие как США, Индия и др.

В силу того, что посредническая деятельность приводит к формированию вторичного рынка товара³, значительно отличающегося и по емкости, и по географии от первичного рынка⁴, попробуем выделить его в рамках АБК. Сразу оговоримся, что открытой информации о вторичных рынках любой отрасли, как правило, не существует, она просто не ведется национальными органами государственной статистики. Чаще всего можно столкнуться с экспертной оценкой, основанной или на практическом опыте продаж или на косвенных системах расчета.

Емкость первичного алмазного рынка традиционно определяется “алмазным трубопроводом” по объему алмазов, проданных в местах добычи. Если говорить о докризисном периоде (до 2007 г.), то его величина составляла около 13 млрд. долл. в год. В 2009 г. емкость уменьшилась почти в 2 раза – до 7 млрд. долл., но использовать отраслевую статистику кризисного периода для выявления закономерностей функционирования отрасли не корректно. Поэтому остановимся на расчетах, выполненных по 2006 г. (в приведенных в статье таблицах содержится информация и по 2009 г.). Емкость вторичного рынка можно определить по объему мирового реэкспорта алмазов, суммируя экспортные операции с алмазами стран, не ведущих их добычу. Эта величина в 2006 г. достигла

³ Вторичный рынок алмазов/бриллиантов – продажа алмазного сырья торговыми компаниями или компаниями – производителями бриллиантов; продажа бриллиантов торговыми компаниями [1].

⁴ Первичный рынок алмазов/бриллиантов – продажа алмазного сырья и бриллиантов их непосредственными производителями [1].

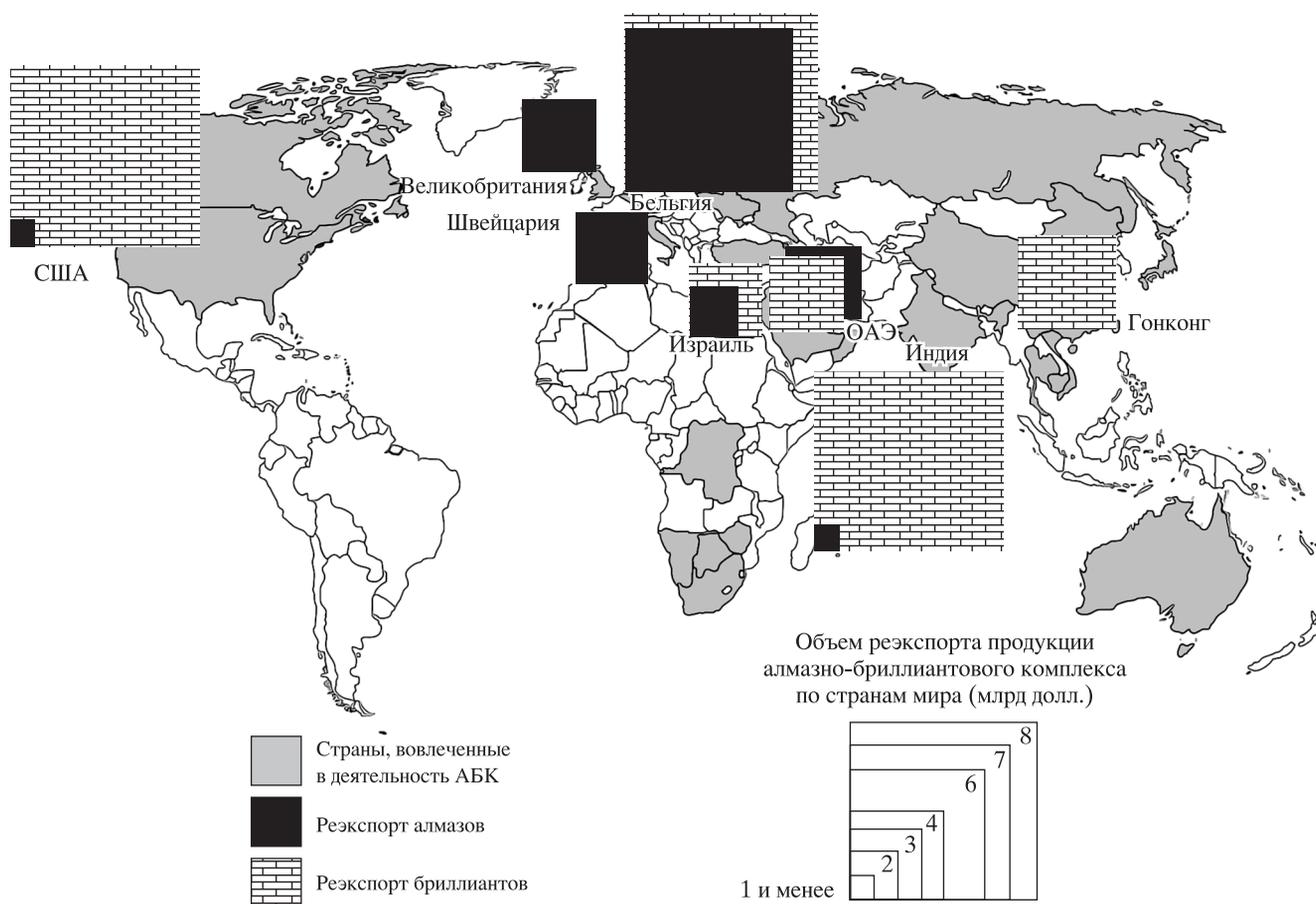


Рисунок. География посредничества на мировом алмазно-бриллиантовом рынке 2009 г.

20.6 млрд. долл. (сумма реэкспортных операций основных субъектов рынка – Бельгия, Великобритания, Израиль, ОАЭ, Индия, США) (табл. 2). Таким образом, можно сказать, что емкость мирового алмазного рынка составляет около 33 млрд. долл. На 40% она формируется первичным рынком и на 60% – вторичным!!!

География первичного и вторичного алмазного рынка имеет пересечения. Так, страны, выступающие основными потребителями на первичном рынке (Бельгия – 29% мирового импорта алмазов, Индия – 28%, Великобритания – 20%, Израиль – 15%, ОАЭ – 5%, США – 3%), играют роль основных продавцов на вторичном рынке (Бельгия – 44% мирового реэкспорта алмазов, Великобритания – 30%, Израиль – 13%, ОАЭ – 11%, Индия – 2%). К сожалению, официальная отраслевая статистика (Rapaport Diamond Report, IDEX Magazine, Diamond Intelligence Briefs и др.) недооценивает роль некоторых игроков на мировом алмазном рынке. В первую очередь, это касается таких стран как Швейцария, Китай, ЮАР, Таиланд, Шри-Ланка. Информация об их торговой деятельности или отсутствует в открытом досту-

пе (Швейцария, Шри-Ланка) или подается в “усеченном” виде (ЮАР, Таиланд). При этом наиболее важны показатели Швейцарии (объем ее импорта составляет 1.5 млрд. долл., а экспорт 2.6 млрд. долл. – это уровень такого общепризнанного посредника в торговых операциях с алмазами, как ОАЭ).

Посреднические функции Бельгии, Израиля, США связаны с изначальной их специализацией на гранильном производстве, которое, не выдерживая конкуренции, постепенно мигрирует в страны с низкой себестоимостью рабочей силы. Однако вслед за производством не всегда происходит миграция инфраструктуры, обслуживающей его, так как на новом месте могут отсутствовать объективные предпосылки (законодательные, налоговые, таможенные и т.д.), способствующие посредничеству. Более того, в них, как правило, отсутствует высококвалифицированная рабочая сила, необходимая для посредничества. Поэтому “старые” центры огранки по-прежнему, продолжают выполнять свои торговые функции, обеспечивая “новые” центры алмазным сырьем. Основными центрами, кон-

Таблица 2. Динамика внешнеторговых операций с алмазами основных субъектов мирового рынка (млн. долл.), курсивом показаны количественные характеристики, которые можно использовать для расчетов только с определенными оговорками. Составлено по [2, 5].

		Индия	Бельгия	США	Израиль	ОАЭ	Великобритания	Всего
1998	импорт	3107	4593	588	2722	–	–	11 010
	экспорт	80	4345	164	638	–	3345	8572
1999	импорт	4128	6194	734	3869	–	–	14 925
	экспорт	134	6033	187	1092	–	5240	12 686
2000	импорт	4630	7436	741	4160	–	4600	21 567
	экспорт	157	6990	213	1902	–	5670	14 932
2001	импорт	4032	6183	550	3382	–	4700	18 847
	экспорт	142	5724	170	1063	–	4454	11 553
2002	импорт	5564	7205	567	4395	–	4510	22 241
	экспорт	240	7013	213	1634	–	5154	14 254
2003	импорт	6561	7205	705	3892	571	4196	23 130
	экспорт	534	7013	193	2228	1132	5518	16 618
2004	импорт	7300	7205	754	5200	871	5100	26 430
	экспорт	234	7013	268	2900	1668	5695	17 778
2005	импорт	9065	11152	871	5297	1484	6780	34 649
	экспорт	545	10927	200	3500	2248	6539	23 959
2006	импорт	8407	9213	924	4637	1560	6000	30 741
	экспорт	425	9841	200	2700	2370	6150	21 686
2008	импорт	9646	9650	722	4458	2000	6610	33 086
	экспорт	1207	10727	307	3317	2830	5930	24 318
2009	импорт	6849	5887	253	2497	2000	3223	20 709
	экспорт	688	7402	169	1891	2830	3140	16 120

*– рассматривается только вторичный экспорт алмазов.

центрирующими мировой вторичный экспорт, безусловно, являются Лондон (место расположения торгового подразделения De Beers – DTC, регулирующего алмазный рынок) и Антверпен (место продаж на свободном рынке).

Новые гранильные центры (Индия, Китай, Таиланд и др.) хотя и незначительно, но все же участвуют в формировании вторичного рынка, так как у любой гранильной компании в процессе производства остается алмазное сырье, нерентабельное для обработки, оно и поступает в торговлю.

Более того, на мировом рынке стали появляться “новые” классические посреднические центры в торговле с алмазами (ОАЭ, Бахрейн, Катар). Из-за отсутствия в этих государствах многоотраслевой экономики, у них отсутствуют и элементы политики протекционизма в целом, что стимулирует формирование открытой экономики и как следствие – посреднических функций. При этом причины, заставляющие заниматься посреднической деятельностью, разные. Это и особенности их экономико-географического положения (Бахрейн, Катар), и стремление диверсифицировать свою экономику (ОАЭ).

Мировой рынок бриллиантов также *подразделяется* на первичный и *вторичный*. Емкость первичного рынка в докризисный период составляла 18.45 млрд. долл. (2006 г.). Мировой кризис уменьшил ее к 2009 г. до 15.9 млрд. долл. (на 14%). По терминологии “алмазного трубопровода” – это стоимость бриллиантов в розничных продажах. Емкость вторичного рынка можно определить по объему мирового реэкспорта бриллиантов, суммируя экспортные операции с бриллиантами стран, не производящих их (ОАЭ, Гонконг), и суммируя реэкспортные операции с бриллиантами стран, производящих их. Расчет объема реэкспортных операций стран, производящих бриллианты, строится на разнице между объемом произведенных бриллиантов и объемом экспорта бриллиантов (табл. 3). Эта величина в 2006 г. достигла 39 млрд. долл. Таким образом, можно сказать, что емкость мирового рынка бриллиантов составляет около 58 млрд. долл. На 30% она формируется первичным рынком и на 70% – вторичным!!!

Ведущие экспортеры бриллиантов – государства, занимающиеся их производством и (или) обла-

Таблица 3. Динамика внешнеторговых операций с бриллиантами основных субъектов мирового рынка (млн. долл.). Курсивом показаны количественные характеристики, которые можно использовать для расчетов только с определенными оговорками. Составлено по [2, 5]

		США	Гонконг	Япония	Израиль	Бельгия	Индия	ОАЭ	Всего
1998	импорт	7902	1205	1056	1047	3598	124		14 932
	экспорт	2515	90		3635	5034	4783		16 057
1999	импорт	8787	1728	1328	1374	3728	243		17 188
	экспорт	2814	103		4429	5020	6500		18 866
2000	импорт	11 235	2035	1212	2083	5109	448		22 122
	экспорт	3845	146		5243	6105	6825		22 164
2001	импорт	10 035	1790	986	1792	5135	432		20 170
	экспорт	3896	115		4514	5798	5687		20 010
2002	импорт	11 500	2087	936	2385	6000	465		23 373
	экспорт	4400	118		5339	6423	6909		23 189
2003	импорт	12 160	2479	973	3405	6400	632	596	26 645
	экспорт	5008	64		5508	7095	8021	350	26 046
2004	импорт	13 900	3190	1130	3600	7600	2000	858	32 278
	экспорт	6600	95		6300	8100	10 000	391	31 486
2005	импорт	15 375	7200	1150	3800	8434	3637	3743	43 339
	экспорт	8089	3630		6636	9430	12 334	3118	43 237
2006	импорт	16 451	7400	1007	4024	8494	3624	2121	43 121
	экспорт	9097	4090		6575	9441	10 839	2373	42 415
2008	импорт	18 159	7400	773	4400	11 356	4561	3670	50 319
	экспорт	13 498	4090		6225	12 322	14 906	2730	53 771
2009	импорт	11 259	7400	619	2508	7495	7637	3670	40 588
	экспорт	8774	4090		3922	8633	13 714	2730	41 863

дающие льготным законодательством, стимулирующим торговлю данным видом товара – Индия (25% мирового экспорта бриллиантов), Бельгия (21%), США (21%), Израиль (15%), ОАЭ (9%), Гонконг (9%).

Россия в посреднических операциях на мировом алмазно-бриллиантовом рынке. Являясь одним из лидеров в мировом производстве алмазов и бриллиантов, Россия не может не участвовать в посреднических операциях. Попробуем это доказать.

Во-первых, основными партнерами России во внешнеторговых операциях с алмазами традиционно выступают страны-посредники (около 90% экспорта и импорта): Великобритания, Бельгия, Израиль (с постепенным уменьшением доли Великобритании). Это касается как экспорта, так и импорта. Данное обстоятельство ставит под сомнение эффективность отечественной торговой политики алмазами, поскольку большинство алмазодобывающих стран стремятся продавать алмазы напрямую гранильным центрам, чтобы избежать возможных спекуляций, приводящих к увеличению стоимости итак дорогого товара. С этой целью компании, добывающие алмазы, создают свои системы “сайтхолдерства”, подобные

De Beers. Россия только в начале этого пути. Освободившись от зависимости De Beers, АЛРОСА (основная алмазодобывающая компания России) пока еще только пытается формировать новую сбытовую политику. В свою очередь, российский гранильный бизнес, специализирующийся на производстве бриллиантов идеальной огранки, испытывает недостаток алмазного сырья необходимого качества на внутреннем рынке. Приходится его искать на мировом рынке. Основным поставщиком такого сырья (как, впрочем, любого) является De Beers. Поэтому данная ситуация с одной стороны, констатирует отсутствие собственных закупочных сетей у российских производителей бриллиантов, а с другой стороны еще раз подчеркивает незавершенность торговой политики АЛРОСА, отдающей на мировой рынок свои лучшие алмазы, в то время, как российский гранильный бизнес испытывает в них недостаток.

Во-вторых, основными партнерами России во внешнеторговых операциях с бриллиантами тоже традиционно выступают страны-посредники (90%): Израиль, Бельгия, ОАЭ, Швейцария, Гонконг, в то время как на конечных потребителей приходится менее 10% экспорта: США, Япония, ФРГ, Великобритания. В отличие от внешнеторговых операций с алмазами России, это обстоя-

тельство отражает естественные законы функционирования рынка бриллиантов, основанного на системе посредников.

В-третьих, в России наряду с первичным рынком алмазов, существует вторичный рынок алмазов, деятельность которого определяется работой ГОХРАНа⁵ [4] и Алмазной палаты [3]. Сегодня его емкость составляет около 10% первичного рынка. Так, ГОХРАН проводит аукционы по продаже алмазного сырья специальных размеров из Госфонда (выставляется сырье массой от 10.8 кар. и выше различных форм и качественно-весовых характеристик). Вместе с тем, Гохран осуществляет и закупку алмазов, регулируя в определенной мере отечественный рынок драгоценных металлов и камней, впрочем, как и любая компания, имеющая значительные их запасы. Очевидно, что министерство финансов использует аукционы для замены запасов алмазов на драгоценные металлы, которые на современном этапе развития считаются более ликвидным товаром, а, следовательно, и более подходящим для государственных запасов. С другой стороны, понятно, что до конечного российского потребителя приобретенные алмазы вряд ли дойдут (слишком мала покупательная способность населения страны) – на покупку такого сырья необходимы довольно большие суммы. Поэтому оно, как правило, вывозится из страны.

Другой источник сырья на вторичном алмазном рынке России – Алмазная палата. Ее деятельность определяется продажей гранильными компаниями страны алмазного сырья, обработка которого нерентабельна. Основными продавцами выступают более 60 алмазообрабатывающих отечественных компаний. И если для крупных производителей, таких как ОАО ПО “Кристалл”, (Смоленск), ЗАО “Руиз Даймондс” (Москва), ООО НПК “Эпл Даймонд” (Якутск), ООО “Алмазный мир” (Москва), этот процесс выглядит естественным (доля выставленного каждой из них алмазного сырья в их выручке не превышает 15%), то малым компаниям это обстоятельство практически меняет специализацию – с обработки алмазов на торговлю ими, что требует совершенно других профессиональных навыков. В качестве иллюстрации, можно сказать, что существует целый ряд предприятий, у которых доля предложенного на вторичном рынке алмазного сырья в их выручке составляет 30% и более (ООО Якутдаймонд, ООО Русская

алмазная группа, ООО Лена Даймонд, ЗАО Диарус), а у некоторых даже превышает 70% (ООО Карат 2000М, ООО Рони Крэб)! О какой специализации таких компаний на обработке алмазов можно говорить?

Таким образом, деятельность ГОХРАНа и Алмазной палаты можно рассматривать как деятельность посреднических структур. При этом большая часть алмазов, реализуемых ими, вывозится с территории России.

В-четвертых, в силу обширности территории страны, себестоимость производства бриллиантов в разных ее регионах имеет существенные отличия. Это создает условия для формирования давальческих схем⁶, когда алмазное сырье отдается на переработку тем компаниям, у которых ее рентабельность высока, т.е. в качестве посредников выступают гранильные компании. В наибольшей степени этим пользуются компании Москвы и Московской области, 80% стоимости переданных алмазов принадлежит именно им, что, впрочем, неудивительно в условиях высокой зарплат в данном регионе. Характерны эти схемы и для предприятий Смоленской области, Республики Саха. Более того, необходимо отметить, что передача алмазного сырья на переработку другим компаниям осуществляется не только в пределах России, но и иностранным государствам. Российское сырье часто поступает на гранильные заводы Украины, Армении. В свою очередь, российские предприятия принимают на обработку сырье из стран, где себестоимость производства бриллиантов выше, чем в России. Таковых не так уж и много – Израиль, Бельгия, Нидерланды, США. Поэтому можно предположить, что гранильные компании России, частично или полностью принадлежащие гражданам этих государств, и вовлечены в давальческие схемы (“Руиз даймондс” – Нидерланды; “Рози Блю Экселент” – Бельгия; “Альпро” – США; “Минерал Даймонд” – Израиль; “Кологрив” – Израиль; “Евросплав” – США, Британские Виргинские острова и др.).

Таким образом, можно сказать, что многие посреднические операции на мировом алмазно-бриллиантовом рынке берут свое начало на территории России.

⁵ ГОХРАН – государственное учреждение по формированию Госфонда драгоценных металлов и драгоценных камней РФ, хранению, отпуску и использованию драгоценных металлов и камней, создан в 1996 г. Госфонд является частью золотовалютных резервов страны.

⁶ Давальческая схема или толлинг (от англ. tolling) – сырье, передаваемое заказчиком из одного государства компании-изготовителю в другом государстве с целью их переработки в готовую продукцию. Затем готовый продукт возвращается обратно и при этом, как правило, освобождается от таможенных пошлин. Продукция, находящаяся в толлинговом обороте, выходит из-под налогообложения [7]. Давальческие схемы могут осуществляться и в пределах одного государства (автор).

В заключение отметим, что посредничество это не только спекулятивные операции на товарном рынке, но и механизм, позволяющий решать частные задачи конкретной отрасли, делающий ее функционирование более эффективным. Это не только эпизодическая деятельность, обогащающая предпринимателя, но и системные операции, приводящие к формированию специализации предприятий и, как следствие, территорий. Поэтому проводя экономико-географический анализ отраслевого (товарного) рынка, исследователь не имеет права не учитывать деятельность посредников, выделяя в качестве основных субъектов только производителей и конечных потребителей!

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Потоцкая Т.И.* Международное разделение труда в алмазно-бриллиантовом комплексе. Смоленск: Издательство Универсум, 2008.
2. Export – Import Rough and Polished Diamonds // Rapoport Diamond Report 1998–2010 гг.
3. Алмазная палата России (<http://www.diamond-chamber.ru>)
4. Гохран России (<http://www.gokhran.ru>)
5. Информационно-аналитический бюллетень “Рынок алмазов и бриллиантов” 2005-2010 гг. (<http://www.diamanters.ru>)
6. РосБизнесКонсалтинг (<http://www.rbk.ru>)
7. Словарь финансовых терминов (<http://dic.academic.ru>)
8. Chaim Even-Zohar. Diamond Pipeline 2003–2009 гг. // IDEX Online News (<http://www.idexonline.com>)

“Mediators” on the Diamond-Brilliant World Market

T.I. Pototskaya

Smolensk State University

This issue contains the results of the researching about the role of the mediators in the world's diamond branch. There are shown the results of the formation of the mediation functions over the companies and, as a consequence of areas, the rough diamond and the polish diamond branches that have been involved in the functioning. The author propounds her own method of definition of quantitative estimates of the activity of mediators. There are indentified the geography of the mediation and shown the place of Russia in the mediation operations in the world's diamond branch.