

МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВЫЕ РЕСУРСЫ

И.Н. Белова

ЭВОЛЮЦИЯ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ТНК «ДЕ БИРС» НА МИРОВОМ РЫНКЕ АЛМАЗОВ

На рубеже тысячелетий на мировом рынке алмазов прекратила существование специфическая форма монопольно-картельной организации этого рынка. Одна из крупнейших в мире компаний на рынке необработанных алмазов «Де Бирс» отказалась от роли мирового монополиста по поставкам алмазов. Это означало прекращение существования ранее действовавшей одноканальной системы сбыта, которая устраняла конкуренцию между производителями, в том числе и борьбу за долю на рынке. Это также вызвало значительные перемены в структуре рынка и его организации, формирование более конкурентной рыночной среды. Учитывая факт, что все рычаги управления данным рынком были сосредоточены в руках одной компании, устанавливавшей цены и регулировавшей общую рыночную ситуацию, от которой и сегодня в большой степени зависит эффективность функционирования алмазного рынка, представляется целесообразным рассмотреть эволюцию сбытовой политики многолетнего лидера этой отрасли – ТНК «Де Бирс».

Особенности мирового рынка алмазов

Мировой алмазный рынок является сырьевым товарным рынком со сложной структурой, представляющей совокупность продавцов и покупателей, связанных экономиче-

скими отношениями, в результате которых формируется спрос, предложение и цена на алмазы, и обладает рядом особенностей, присущих только этому рынку.

Во-первых, это уникальность самого представленного на рынке товара – алмаза, обладающего рядом индивидуальных характеристик, которые делают его столь привлекательным как в ювелирной, так и в промышленной сферах.

Во-вторых, это крайняя концентрированность производства алмазов и бриллиантов.

Алмазы добываются на всех континентах, в более чем 20 странах мира. Большая же их часть (свыше 90%) добывается в 8 странах: Ботсване, России, ЮАР, Демократической Республике Конго, Канаде, Намибии, Австралии.

Территориально мировой рынок предложения алмазов сосредоточен в нескольких крупных торгово-гранительных центрах, расположенных в Бельгии (Антверпен), Израиле (Тель-Авив), США (Нью-Йорк), Индии (Бомбей), Гонконге, Таиланде и в России.

В-третьих – сама организация мирового алмазного рынка, на котором до недавнего времени все рычаги управления были сосредоточены в руках одной компании, монопольно устанавливавшей цены и регулировавшей общую рыночную ситуацию. Компания «Де Бирс» является старейшим и самым крупным в мире производителем алмазов, с деятельностью которого связана вся современная история развития мирового рынка алмазов.

***История монополизации мирового рынка алмазов
и формирования одноканальной системы сбыта
на мировом рынке алмазов***

«Де Бирс» занимается алмазным бизнесом с 1888 г., с тех пор, когда Сесиль Джон Родс, которого поддерживали Ротшильды, объединил крупных промышленников, приобрел компанию «Кимберли сентрал майнинг компани» в Южной

Африке и образовал монополию «Де Бирс консолидейтд майнз лтд.» (De Beers Consolidated Mines Ltd.).

В условиях мирового экономического кризиса и перепроизводства алмазов в начале 90-х гг. XIX в. был создан лондонский Алмазный Синдикат для совместного сбыта южноафриканских алмазов. До начала 20-х гг. XX в. Синдикат в целом справлялся со своей главной задачей – поддержанием постоянных цен через регулирование объемов добычи и продаж в соответствии со спросом.

Серьезным испытанием для рынка алмазов и бриллиантов стала Первая мировая война, которая вынудила «Де Бирс» в 1915 г. закрыть свои рудники. В этом же году Южно-Африканский Союз оккупировал Юго-Западную Африку (ЮЗА), чем воспользовался Эрнест Оппенгеймер, в ту пору бывший бургомистром Кимберли и директором прииска «Ягерсфонтейн», создав на базе алмазных рудников в ЮЗА компанию Consolidated Diamond Mines of South-West Africa, в которой становится членом наблюдательного совета.

Его стратегию относительно алмазного рынка можно проиллюстрировать простой фразой, сказанной в обращении к акционерам своей компании: «Мой опыт меня научил, что, лишь ограничивая количество алмазов, выпускаемых на рынок соответственно спросу, и делая это через единый источник, будет возможно удерживать стабильность алмазной торговли». Для достижения этой цели он добился не только контроля над «Де Бирс», став в 1929 г. президентом этой компании, но и над Алмазным Синдикатом.

С этого времени начинается этап, связанный с формированием системы стабилизации мирового рынка алмазов и поддержанием постоянных цен через регулирование объемов добычи и продаж в соответствии со спросом, т.е. установление монополии «Де Бирс», которая к этому времени стала ведущим игроком мирового рынка алмазов.

Положение компании на протяжении пятидесяти лет было весьма устойчивым. Лишь Великая депрессия вынуди-

ла Э. Оппенгеймера сократить алмазодобычу в Южной Африке. Но и в этот период «Де Бирс» активно скупала алмазы, поступавшие из Анголы и Бельгийского Конго, чтобы предотвратить крах рынка.

Даже во время Второй мировой войны компания не закрывала рудники, а к 1950-м гг. контролировала уже 95% всего мирового рынка алмазов. За это время «Де Бирс» превратилась в мощную транснациональную группу, состоящую из компаний, занимающихся добычей, скупкой и реализацией алмазного сырья.

На сегодня она является самой крупной алмазодобывающей группой в мире, добывая порядка 60% мирового объема алмазов на своих рудниках в ЮАР, рудниках Ботсваны, Намибии и Танзании, находящихся в совместной собственности с правительствами этих стран, а также Гвинеи, Зимбабве, ДРК, Анголы и Канады.

«Де Бирс» является мировым лидером по добыче алмазов и технологии обогащения и в настоящее время ведет алмазодобычу из аллювиальных, прибрежных, подводных и коренных месторождений открытым и подземным способами.

***Одноканальная система сбыта
как важнейшая составляющая
сбытовой политики «Де Бирс»***

Сбытовая политика, разработанная в ходе более чем вековой эволюции деятельности компании «Де Бирс», состоит в приоритетности сбыта максимально возможной доли добычи алмазов через *один канал* для обеспечения гарантированной поставки ювелирного алмазного сырья торговым и алмазогранильным фирмам, а также упорядочения сбыта алмазного сырья в интересах его ведущих производителей.

Для понимания особенностей торговли ювелирным сырьем на фактически монополизированном рынке целесообразно рассмотреть всю цепочку движения товара от поставщика до потребителя.

Первый этап начинается, по сути, непосредственно на алмазодобывающих предприятиях, где сырье проходит первую грубую сортировку с выделением ювелирного.

Далее, алмазы, добываемые на рудниках, принадлежащих или находящихся под контролем «Де Бирс», скупались «Даймонд Трейдинг Компани» через дочернюю компанию «Де Бирс» – «Даймонд Печесинг энд Трейдинг Ко».

Закупку алмазов у компаний, не входящих в структуру «Де Бирс», осуществляла «Даймонд Корпорейшн» в соответствии с типовыми соглашениями с производителями, заключаемыми на срок до 5 лет. В соответствии с данными типовыми соглашениями «Де Бирс» через центральную сбытовую организацию (ЦСО) контролировала все 100% производства алмазов данной страной или компанией. Исключение составляли Россия и Австралия, где соглашение касалось только экспортируемых алмазов, и Канада, заключившая торговое соглашение в 1998 г. и продававшая ей только 35% добываемого сырья. Через механизм долгосрочных соглашений в ЦСО поступало до 90% мировой добычи.

Там, где значительное количество ювелирного сырья добывается старателями, поступление алмазов в ЦСО происходило через закупочные конторы, принадлежащие «Де Бирс», расположенные в этих странах.

В рамках такой сложившейся системы маркетинга ювелирные алмазы направлялись в подчиненную «Де Бирс» компанию «Даймонд Трейдинг Ко» (ДТК), которая сортировала их и затем в виде индивидуально сгруппированных в «боксы» (пакет) камней предлагала к продаже на показах («сайтах»), проводимых 10 раз в год каждые 5 недель, узкому кругу представителей торговых и гранильных фирм в течение недели в Лондоне.

Нужно отметить, что боксы составлялись с учетом пожеланий своих постоянных клиентов («сайтхолдеров»), которые за 3 недели до продаж сообщали «ДТК» свои потребности и примерную стоимость покупаемой партии. Од-

нако гарантии того, что сайтхолдер получит только необходимый ему набор алмазов не было.

Клиенты не имели права требовать ни изменения цен, ни замены предложенной им партии алмазов. Однако они вынуждены были покупать эти боксы, так как в противном случае могли потерять место на сайтах, и, следовательно, потерять основной источник снабжения алмазным сырьем. Торговля велась по принципу «все или ничего».

Платеж за товар осуществлялся в течение 7 дней с момента заключения сделки в долл. США. Лишь после этого опечатанный бокс отправлялся в адрес покупателя, причем престиж такого бокса настолько высок, что клиент мог его перепродать с прибылью, не срывая печати «ДТК», а лишь предъявляя сопроводительный счет-фактуру.

Клиентами ЦСО являлись мощные гранильные фирмы и крупные дилеры, способные снабжать сырьем мелких производителей бриллиантов, не устраивая при этом собственных сайтов. Практически в каждом гранильном центре существует 3–4 таких дилера, являющихся клиентами ЦСО.

«ДТК» тщательно следила за подбором своих клиентов. Обычно компания, старающаяся стать клиентом ЦСО, обращается за помощью к одной из 5 брокерских фирм, также являющихся структурами «Де Бирс». Брокеры, после тщательного изучения основных данных деятельности этой фирмы, представляли ее кандидатуру на рассмотрение ЦСО. При решении о включении данной компании в списки постоянных клиентов ЦСО большое значение имели хорошие финансовые показатели, коммерческая самостоятельность, следование клиентом политики ЦСО, а также, возможность превращения этой компании в перспективе в крупного клиента ЦСО, играющего важную роль в алмазном бизнесе. Кроме того, решающее значение имели персональные качества клиента. Это подтверждается тем фактором, что хотя алмазный бизнес является семейным, место на сайте и по настоящее время не передается по наследству.

Брокеры ЦСО также тщательно следили за развитием возможных клиентов, иногда даже содействуя развитию рынков отдельных стран, в результате которого может появиться новый кандидат (так клиентами на сайтах ЦСО в свое время стали представители Тель-Авива в 40-х годах, Бомбея в 60-х годах, Таиланда, Японии, Гонконга в 70–80-х гг. прошлого столетия).

***Особенности механизма контроля «Де Бирс»
над предложением и ценами на мировом рынке алмазов***

Как видно из вышеизложенного, способ взаимодействия, избранный «Де Бирс», не предполагал ни согласования производственных квот, ни ценового сговора. Все добытые крупнейшими производителями алмазы выкупались ЦСО, представляющей собой сеть компаний, которые занимались приобретением алмазного сырья у промышленных производителей, в центрах старательской добычи, его последующей сортировкой и продажей.

Закрываемые между сторонами долгосрочные соглашения предусматривали эксклюзивное право ЦСО на закупку всех добытых продуцентами алмазов. Лишение продуцентов возможности самостоятельно продавать алмазы кардинально повышало оперативность регулирования рынка.

Несмотря на частые изменения объемов продаж, уровень производства практически не изменялся, что позволяло не только обеспечивать стабильность добычи, ритмичность производственных процессов, но и амортизировать любые неожиданные дисбалансы спроса и предложения. В роли буфера выступали коммерческие запасы (алмазов) ЦСО.

Эту же задачу решали и товарные интервенции – наиболее специфический инструмент системы контроля «Де Бирс» над предложением алмазного сырья на мировом рынке. При возникновении тенденции снижения цен ЦСО скупала на рынке «излишки» сырья. Механизм мог действовать и

автоматически – как только цены свободного рынка оказывались на уровне цен, по которым продавала алмазы ЦСО, на рынке имелся покупатель, готовый приобрести любые предлагавшиеся количества.

Такая система давала «Де Бирс» эффективный контроль над предложением и абсолютный контроль над ценами. ЦСО имела возможность предотвращать снижение рыночных цен, которое могло возникнуть вследствие либо избытка предложения, либо недостатка спроса, сокращая свои продажи и скупая алмазы сторонних производителей. В годы высокого спроса «Де Бирс» увеличивала объемы своих продаж, в том числе и распродавая накопленные ранее запасы, и повышала цены.

Несмотря на то что, с точки зрения покупателей алмазов, созданная «Де Бирс» система организации рынка обладала всеми внешними признаками монополии, на мировом рынке алмазов была сформирована «квазимонополия». В отличие от обычного картеля на алмазном рынке предложение регулировалось не согласованием производственных квот крупнейших продуцентов, а непосредственно определялось сбытовым органом.

Стремление «Де Бирс» к контролю мировых цен на алмазном рынке не может в полной степени быть объяснено желанием получения монопольной прибыли от своей коммерческой деятельности.

«Де Бирс» получала доход от разницы между продажными и закупочными ценами, которая устанавливалась либо явно – в виде скидки с цен продажного прейскуранта ЦСО (соглашения с ЮАР, Ботсваной и Намибией), либо применялся закупочный прейскурант и оговаривались условия контроля над соотношением закупочного прейскуранта и рыночных цен (как правило, продажи продуцентом партий алмазов на свободном рынке).

При закупке алмазов собственных месторождений «Де Бирс» маржа составляла 10%, но не вся разница в ценах

являлась прибылью ЦСО. Из этих 10% 2–3% расходовалось на рекламу, 4–5% составляли издержки на оплату труда сортировщиков, оценщиков, коммерческого и управленческого персонала, прочие расходы. Прибыль могла составлять 2–3% стоимости продаж.

Свободные рыночные цены при нормальном, не кризисном состоянии рынка превышали продажные цены «Де Бирс» на 3–5%, хотя в неблагоприятные годы цена свободного рынка часто оказывалась ниже продажных цен ЦСО. Эта разница являлась маржой сайтхолдеров, многие из которых исполняли роль дилеров и осуществляли дальнейшее распределение алмазов. Давая согласие на реализацию своих алмазов через одноканальную систему, производитель недополучал 13–15% от уровня рыночных цен, тем не менее участие всех ведущих производителей в системе «Де Бирс» означало, что они с такой разницей согласны, понимая, что большая ее часть направлялась на покрытие реальных, связанных с товародвижением затрат, а им гарантировалась закупка всего объема добычи с немедленной оплатой и по стабильно растущим ценам (то есть практическое отсутствие коммерческих рисков). Кроме того, «Де Бирс» брала на себя обязательства по регулированию рынка, созданию условий для роста цен и противодействию их снижению.

Выгоды от поддержания цен для самой компании не столь очевидны, так как при такой рыночной политике она несла значительные прямые и косвенные издержки. Для стабилизации рынка «Де Бирс» должна была сокращать свои продажи, что могли не делать производители, не связанные с ней, и более того – тратить средства на скупку их алмазов. Тем самым «Де Бирс» добровольно шла на сокращение своей рыночной доли и тратила часть прибыли на товарные интервенции. Более того, никакой дополнительной прибыли от противодействия снижению цен и в целом функционирования одноканальной системы «Де Бирс» не могла извлекать,

напротив, если бы политика по поддержанию цен не проводилась, расходы были бы меньше,

Оценивая торговую составляющую доходов группы, необходимо отметить, что основную прибыль «Де Бирс» получала не от коммерческой деятельности, где она составляла 100–170 млн долл. в год, а от алмазодобычи, где её величина значительно больше и может превышать 1 млрд долл. Это объясняется многократным превышением цен на алмазы над издержками добычи в силу их «естественной редкости», т.е. положением, при котором платежеспособный спрос многократно превосходит возможности добычи из-за объективной ограниченности ресурсной базы.

Очевидно, «Де Бирс» придерживалась такой рыночной политики, в связи с тем, что была готова нести дополнительные расходы для обеспечения своей монопольной власти, стратегической стабильности на собственных алмазных месторождениях.

Подобный подход оправдывает себя, если все алмазодобывающие компании проводят скоординированную сбытовую политику, участвуя в одноканальной системе и неся расходы по её содержанию, но он оказывается нерациональным при появлении крупных независимых производителей, так как пропадает смысл держать цены для всего рынка, сокращая свои продажи и расходуя значительные средства на поддержание запасов, если выгодами от этого будут пользоваться другие продуценты, не затратившие для этого своих усилий.

***Современные факторы и тенденции
на мировом рынке алмазов
и их влияние на сбытовую политику «Де Бирс»***

Как видно из вышеизложенного, современный период развития алмазного рынка характеризовался жестким регулированием со стороны «Де Бирс». С другой стороны, имен-

но в этот период стали проявляться новые тенденции развития рынка, которые не согласовывались с одноканальной системой сбыта и в конечном итоге привели к существенным изменениям на рынке алмазов в конце XX – начале XXI в.

Главными предпосылками этих тенденций, как представляется, послужили следующие события.

В начале 1990-х гг. стал возрастать поток «конфликтных» алмазов из районов Африки, охваченных войной. Потрясение на рынке произошло, когда в Анголе активизировалась незаконная добыча высококачественных алмазов, которые в больших количествах контрабандно поступали на свободный рынок. Цены на такие алмазы были значительно ниже устанавливаемых «Де Бирс», что приводило в отдельные периоды к резкому уменьшению спроса на камни, предлагаемые традиционными поставщиками.

Для поддержания удовлетворительной конъюнктуры компания вынуждена была в большом количестве скупать такие алмазы; кроме того, чтобы уменьшить поток контрабанды, ЦСО организовала сеть своих закупочных контор в Анголе и скупала алмазы у старателей и перекупщиков. Сумма таких закупок достигала 500 млн долл. в год. В августе 2000 г. «Де Бирс» была вынуждена свернуть в Анголе все свои операции (в связи с обвинениями в сделках с «кровавыми» алмазами), что означало для нее потерю контроля над почти 0,5 млрд долл.

В середине 90-х гг. прошлого века «Де Бирс» значительно (до 25%) снизила закупочные цены на мелкие и ювелирные алмазы, в очень больших количествах поступавшие на рынок. Особенно сильно это ударило по австралийской компании «Аргайл» – их главному производителю. Возникший конфликт стал предметом длительных переговоров компаний, однако компромисс так и не был найден, и в середине 1996 г. «Аргайл» вышла из картеля, начав самостоятельный маркетинг своей продукции. Несмотря на её сравнительно небольшую долю в общей стоимости закупок

«Де Бирс», это заметно отразилось на конъюнктуре, особенно мелких алмазов («индийского ассортимента»), так как покупатели этих алмазов (в основном это огранщики из Индии) получили вместо одного поставщика двух. В этой ситуации цены на сырьё сильно упали, что ударило как по торговцам алмазами, так и по огранщикам. В то же время у «Де Бирс» не было желания поддерживать цены на мелкие алмазы, дабы не работать на конкурента. Официальная точка зрения была выражена управляющим директором «Де Бирс» Гарри Рейфом, который сказал, что мелкие алмазы дают всего лишь треть выручки ЦСО и поэтому не являются приоритетными.

В это же время стало известно о новых открытиях алмазных месторождений в Канаде. Поскольку единственное соглашение между Канадой и «Де Бирс» в 1999 г. о продаже 35% добываемых алмазов ЦСО в течение трех лет оказалось и последним, перспектива появления на рынке больших количеств высококачественных алмазов, реализуемых вне единого канала сбыта, что могло привести к падению цен, заставляла производителей бриллиантов и торговцев алмазами проявлять осторожность при формировании запасов сырья.

Таким образом, к концу прошлого столетия на мировом рынке алмазов начали вести свою игру независимые от «Де Бирс» производители сырья в Канаде, Австралии, а также мелкие – в основном из Африки.

Всё это стало расшатывать сложившуюся систему международной торговли сырыми алмазами. Кроме того, колебание цен приводило к снижению публичного доверия к алмазам как объекту помещения капитала. В связи с этим выражались серьёзные сомнения в способности «Де Бирс» сохранить картель.

В 1997 г. на алмазном рынке случилось еще одно потрясение, связанное с кризисом в Юго-Восточной Азии, приведшим к падению объема продаж. Правда, лишь на 4% по сравнению с предыдущим годом. Однако в следующем,

1998 г., произошло самое резкое падение продаж ЦСО за последние годы.

Причина такого негативного воздействия валютного кризиса 1997 г. в странах Юго-Восточной Азии на продажи «Де Бирс» заключалась в том, что этот регион традиционно импортировал значительную часть ювелирных алмазов, производимых в мире. Например, Япония занимала 2-е место (после США) по потреблению украшений из бриллиантов. По оценкам ЦСО, на эту страну приходилось около 25% мировых розничных продаж бриллиантов. В 1997 г. объем розничных продаж в Японии упал на 20% с 15 млрд долл. до 12 млрд долл.

Валютный кризис затронул еще два крупных алмазных рынка в этом регионе: Таиланд и Южную Корею. На Тайване девальвация национальной валюты не была столь значительной. Менее крупные рынки региона, такие как Малайзия и Индонезия, также серьезно пострадали из-за резкого снижения курсов их валют по отношению к доллару.

В 1999 г. «Де Бирс» добилась увеличения продаж алмазов до 5240 млн долл., что на 57% больше, чем в 1998 г. При этом за вторую половину 1999 г. было продано на 70% больше алмазов, чем за аналогичный период 1998 г. Скорее всего, это связано с «эффектом тысячелетия».

Как и прогнозировалось, пик продаж был достигнут в 2000 г. (5,67 млрд долл.). Однако следующий, 2001 г., оказался для компании провальным. Случилось это по нескольким причинам: события 11 сентября, которые серьезно подорвали рынок бриллиантовых украшений, большие запасы алмазов, которые образовались в 2000 г. на фоне ожиданий еще большего спроса, и замедление экономического роста в основных странах – потребителях бриллиантов. В течение 2001 г. резко упали розничные продажи в США, что не смог компенсировать рост реализации бриллиантовых украшений в Европе.

В сложившейся ситуации, противодействуя снижению цен, «Де Бирс» придерживалась своей традиционной политики ограничения предложения. В течение 1990-х гг. стоимость запасов ЦСО стала равна годовой стоимости ее продаж. С 1990 по 1998 г. продажи «Де Бирс» практически не росли, колеблясь у отметки 4–4,5 млрд долл., запасы же увеличились почти на 80% – с 2,7 млрд до 4,8 млрд долл., причем они формировались в основном за счет товара, приобретенного по ценам свободного рынка в ходе товарных интервенций.

Впервые после своего создания «Де Бирс» оказалась не в состоянии поддерживать устойчивый разрыв между производством и предложением и вынуждена была пойти на прямые ограничения добычи, применив условие «отложенных закупок», то есть обязавшись впоследствии компенсировать введенные квоты либо выкупив складированные производителями алмазы, либо увеличив объем контрактных поставок. Квоты в размере 25% стоимости добычи были введены уже в 1992 г., в 1993 г. они были снижены до 10% и действовали до 1998 г.

Свое влияние оказало усиление давления на «Де Бирс» со стороны правительства США. Как известно, североамериканские экономические концепции негативно оценивают роль монополий вообще и «Де Бирс» на мировом рынке алмазов в частности. Американское правосудие, как правило, в судебном порядке преследует и монополистов, и компании, сознательно поддерживающие монополию, а также в связи с решениями Европейской комиссии, направленными на ограничение ее монопольного положения.

Все эти тенденции привели к необходимости изменения системы функционирования мирового алмазно-бриллиантового комплекса и, в частности, мирового рынка алмазов как его составляющей.

Таким образом, в начале третьего тысячелетия происходят кардинальные изменения всей структуры мирового

алмазного рынка. Лидер алмазного бизнеса «De Beers», отпуская монополию в торговле алмазами, официально объявил о своей новой сбытовой политике *«предпочитаемый поставщик»* (Supplier of Choice, SoC) в июле 2000 г., что означало отход от «De Beers» от регулирования предложения алмазов на мировом рынке, а следовательно, и от монополии на формирование рыночных цен на алмазное сырье.

В 2004 г. алмазный концерн «Де Бирс» изменил свою структуру, в результате чего группа «Де Бирс» состоит в настоящее время из нескольких самостоятельных подразделений – «Де Бирс консолидейтед майнс» со штаб-квартирой в Йоханнесбурге, находящейся в Лондоне сбытовой компании «Дайамонд Трейдинг Компани», компании «Де Бирс Канада» и компании по производству синтетических алмазов «Элемент сикс». Кроме того, в группу входят «Дебсвана» и «Намдеб» – партнерские компании с правительствами соответственно Ботсваны и Намибии.

Сама компания продолжает контролировать практически половину мирового алмазного сырья, что обуславливает за «Де Бирс» сохранение ведущей роли не только в добыче, но и в организации сбыта алмазов, рекламе продукции и регулировании рынка. Она по-прежнему заинтересована в стабильности и предсказуемости рынка.

Более того, «Де Бирс» заявила о том, что не будет довольствоваться ролью поставщика необработанных алмазов и намерена выйти на рынок ювелирных украшений под собственной маркой. Для этого было создано совместное предприятие с мировым лидером в торговле предметами роскоши – группой компаний LVMH (Louis Vuitton Moet Hennessy), которое будет производить бриллиантовые украшения под маркой De Beers. То есть концерн становится единым в двух лицах: с одной стороны, он сохраняет за собой роль мощного оператора, с другой – выступает в качестве самостоятельного игрока.

Отказ «Де Бирс» от роли мирового монополиста по поставкам алмазов означает значительные перемены в структуре рынка и его организации, усилении конкуренции.

В то же время сохранение ведущей роли этой компании не только в добыче, но и в технологии обогащения, сортировке алмазов (по 6000 категорий, что не позволяет ни одному аутсайдеру выдерживать подобную стандартизацию товара), наличие высококвалифицированного сбытового аппарата, сети подбора клиентуры, позволяет сделать вывод о том, что на сегодняшний день «Де Бирс» остается наиболее предпочитаемым поставщиком, по-прежнему заинтересованным в стабильности и предсказуемости рынка.

Л и т е р а т у р а

1. Мировая добыча алмазов: цифры, факты, события / Под ред. В.А. Штырова. – М.: Восточная литература РАН, 2001.

2. Николащенко А., Бек В. Цены на алмазы в 2000–2006 годах: опыт свободного плавания // Драгоценные металлы. Драгоценные камни. – 2007. – № 1.

3. Фридман А.А. Добыча алмазов в СССР и России и взаимоотношения с «Де Бирс» // Экономическая наука современной России. – 2008. – № 3.

4. <http://www.africa.org.ua>

5. <http://www.diamond-chamber.ru>

6. <http://www.debeersgroup.com>