

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. М.В. Ломоносова

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

На правах рукописи
УДК 911.3: 338.4(100)

Потоцкая Татьяна Ивановна

**МЕЖДУНАРОДНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА
В АЛМАЗНО-БРИЛЛИАНТОВОМ КОМПЛЕКСЕ**

Специальность 25.00.24 – Экономическая, социальная
и политическая география

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
доктора географических наук

Москва - 2008

Работа выполнена на кафедре экономической географии и региональной политики
Смоленского гуманитарного университета

Официальные оппоненты:

доктор географических наук,
профессор

А.П. Горкин

доктор географических наук,
профессор

И.А. Родионова

доктор экономических наук,
профессор

Л.П. Ночевкина

Ведущая организация:

Российский государственный университет
им. И. Канта (г. Калининград)

Защита состоится 15 мая 2008 г. в 15 час. на заседании диссертационного совета Д 501.001.36 при Московском государственном университете им. М.В. Ломоносова по адресу: 119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, МГУ, географический факультет, 18-й этаж, ауд. 1806.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке географического факультета МГУ, 21 этаж

Автореферат разослан 27 марта 2008 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,
кандидат географических наук,
старший научный сотрудник

С.П. Москальков

Общая характеристика работы

Изучение вопросов международного разделения труда (МРТ) всегда было прерогативой географической науки. В условиях глобализации мировой экономики, когда мир становится все более открытым и страны все более тесно взаимодействуют между собой, интерес к исследованию МРТ растет. В то же время алмазно-бриллиантовый комплекс (АБК) – один из тех межотраслевых комплексов, которым присуща высокая степень вовлеченности в международные экономические отношения, так как по объективным причинам он изначально ориентирован на мировой рынок и эффективно может развиваться только в условиях тесного международного взаимодействия. Однако в силу изначальной информационной закрытости, а также информационной асимметричности, он слабо изучен. И если в экономике есть ряд фундаментальных работ, посвященных исследованию разных аспектов функционирования АБК, то в географии они отсутствуют. Перечисленными обстоятельствами в совокупности и определяется **актуальность** изучения заявленной темы.

Кроме того, АБК обладает рядом особенностей, делающих его уникальным и привлекательным для научных изысканий. Во-первых, это тезаврационные свойства производимого товара. Они превращают отрасли комплекса (алмазную, гранильную, ювелирную) в стратегически важные для национальных экономик и придают актуальность любому исследованию в этой области. Во-вторых, его системность, так как изучаемый комплекс представляет собой систему экономических, политических, экологических, социальных взаимоотношений, возникающих в результате взаимодействия между отраслями, которые приводят к переплетению интересов и конфликтности между субъектами, участвующими в его функционировании. Данная особенность привлекает в АБК исследователей из разных научных областей (экономики, политики, экологии, социологии и др.). Но поскольку она проецируется на конкретную территорию, формируя узловые районы противоречий, связанные с действием конкурентных сил, то АБК становится значимым и для географов. В-третьих, исследуемый комплекс изначально ориентирован на мировой рынок и может развиваться только в условиях МРТ, когда между местом производства товара и

местом его потребления существует значительный территориальный «разрыв». Поэтому без использования территориального и других географических научных подходов полноценно изучать функционирование АБК невозможно.

Степень разработанности темы. Представленная работа состоит из двух информационных блоков – МРТ и АБК, которые отличаются друг от друга разной степенью изученности. Так, теория международного разделения труда – базовая для всех наук, исследующих мировое хозяйство, она вооружает исследователя готовой методикой изучения. Наиболее проблемные звенья в ней – это количественные методы, позволяющие измерять степень вовлеченности того или иного государства в МРТ определенной отрасли, и определение современных факторов, влияющих на международную специализацию территории. Исследование их требует собственных методов.

Информационный блок по АБК значительно уже, так как в нашей стране этот межотраслевой комплекс всегда был информационно закрытым. Даже снятие в последние годы с отраслей, в него входящих, грифа секретности не привело пока к появлению массы качественных исследований. Большинство существующих работ делает акцент на деятельности алмазной и отчасти гранильной отрасли в составе АБК, не уделяя внимания ювелирному сегменту комплекса. Более того, наиболее распространены исследования, касающиеся АБК отдельных стран (чаще всего России). Работы, которые рассматривали бы АБК как глобальную систему, практически отсутствуют. В отличие от отечественной научной школы, в зарубежной научной школе АБК принято рассматривать в используемой в диссертации трактовке. Однако и там она свойственна небольшому числу исследователей, связанным преимущественно с консалтинговым бизнесом в АБК и отраслевым маркетинговым анализом.

Что касается самой темы исследования (МРТ в отраслевом анализе), то, несмотря на очевидную практическую востребованность, сегодня она изучается слабо, что связано со сложностью сбора требуемой для проведения работы отраслевой информации. Необходимо отметить, что решение проблемы информационной недостаточности для проведения заявленного исследования стало возможным во

многим благодаря развитию сети Интернет, которая предоставляет как первичную информацию, касающуюся деятельности субъектов изучаемого комплекса, так и вторичную информацию, необходимую для осуществления международных сопоставлений, важных для данной работы.

Объект исследования – алмазно-бриллиантовый комплекс.

Предмет исследования – международное разделение труда в алмазно-бриллиантовом комплексе в современных условиях (глобализация мировой экономики).

Цель исследования – определение места всех субъектов АБК (компаний, национальных экономик, интеграционных союзов) в международном разделении труда. Для достижения заявленной цели необходимо было решить ряд *задач*. *Первая* группа задач заключалась в создании баз данных, методов, моделей, позволяющих оценить состояние и тенденции развития мирового и региональных АБК и их место в МРТ. *Вторая* группа задач направлена на проведение анализа отраслевой структуры алмазно-бриллиантового комплекса. *Третья* группа задач призвана выявить региональную структуру АБК, позволяющую выйти на классификации стран, групп стран, регионов, вовлеченных в деятельность АБК. *Четвертая* группа задач нацелена на выявление механизмов, формирующих глобализацию мировой экономики, и анализ их влияния на АБК. *Пятая* группа задач связана с определением всех особенностей участия стран, вовлеченных в функционирование АБК, в международном разделении труда. *Резльтирующей* задачей можно считать создание типологии стран, вовлеченных в деятельность АБК, по степени их участия в МРТ.

Информационная база исследования. Исследование выполнено на базе рыночной информации технико-экономического характера, в сборе, обработке и анализе которой участвовал автор во время его работы в отделе маркетинга в должности ведущего специалиста по анализу рынка ОАО «ПО «Кристалл» (ведущего производителя бриллиантов в России и одного из лидеров мирового рынка бриллиантов). В процессе работы специальная, чисто техническая информация была преобразована в аналитические материалы экономического, политического, и в конечном итоге, географического характера, отражающие разные стороны функционирования АБК.

Во-первых, это научные монографии и статьи по алмазно-бриллиантовому комплексу и международному разделению труда. *Во-вторых*, это аналитические статьи, публикуемые в отраслевых зарубежных (Rapaport Diamond Report, IDEX Magazine, Diamond Intelligence Briefs, Antwerpen Diamond List, Antwerp Facets, Jewellery News Asia, National Jeweler, The Retail Jeweler, JCK Magazine, Soliter Pro и т.д.) и отечественных изданиях (Алмазы и золото России, Драгоценные металлы. Драгоценные камни, Ювелирное обозрение, Русский ювелир и т.д.). *В-третьих*, информация, содержащаяся в годовых отчетах ведущих алмазодобывающих компаний мира и справочниках их сайтхолдеров – De Beers, АЛРОСА, Rio-Tito, BHP Billiton. *В-четвертых*, это информация, содержащаяся в интернет-ресурсах: сайты Мирового банка, Всемирной торговой организации, Конференции ООН по торговле и развитию, отраслевых интеграционных объединений (Всемирная федерация алмазных бирж, Международная ассоциация производителей бриллиантов, Всемирная конфедерация ювелиров, Всемирный алмазный совет, Всемирный совет по золоту и др.), крупных аналитико-консалтинговых агентств в области АБК (Polishedprices.com, Diamondsnet.com, Idexonline.com, ИЦ Минерал), изучаемых алмазодобывающих, гранильных и ювелирных компаний, аукционных домов (Sotheby, Kristi), международных ювелирных выставок. Информационная база по России формировалась за счет статистических материалов, предоставляемых Федеральной службой государственной статистики России, Федеральной таможенной службой России, Министерства природных ресурсов РФ, Государственного учреждения по формированию Госфонда драгоценных металлов и драгоценных камней РФ, Алмазной палатой, Пробирной палатой России, Первым независимым рейтинговым агентством FIRA.RU, Национальным кредитным бюро (обе организации формируют свои базы данных при информационной поддержке Федеральной службы государственной статистики, Торгово-промышленной палаты, Федеральной таможенной службы, Единого государственного реестра юридических лиц Федеральной службы по налогам и сборам (ЕГРЮЛ), Федеральной базы данных годовой финансовой отчетности предприятий и организаций (БД БОО)) и др. При

подготовке исследования важную роль сыграла база данных по ювелирным компаниям, полученная в результате полевых исследований.

Теоретическая и методологическая база. Основные научные подходы, использованные в работе – территориальный, комплексный, типологический, конструктивный. Основные научные методы – статистические, картографический, сравнительно-географический, геоинформационный, кросс-факторный анализ, контент-анализ, метод вмененных коэффициентов, конкурентный анализ и др.

Научно-теоретическую базу представленной работы составили труды ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области *международного разделения труда* (Н.Н. Баранского, О.Т. Богомолова, И.А. Вивера, В.В. Вольского, Н.В. Алисова, Н.С. Мироненко, Ю.Г. Саушкина, Л.В. Смирнягина, И.А. Родионовой, Д.Л. Лопатникова, А.А. Иголкина, К.А. Семенова и др.), *мирового хозяйства* (А.П. Горкина, Б.Н. Зимина, Ю.Г. Липеца, В.П. Максаковского, В.А. Пуляркина, С.Б. Шлихтера, О.В. Витковского, П. ЛиндERTA и др.), исследователей *алмазно-бриллиантового комплекса* (А.А. Фридмана, О.П. Вечериной, В.И. Непши, М.В. Николаева, А.В. Николащенко, Н.В. Цветковой, Chaim Even-Zohar, Gassman Kenneth, Segev Yariv, Singer Saul и др.). Важную роль сыграли результаты теоретических работ в области *моделирования внешнеэкономических связей* отдельных стран (Дж. М. Кейнса, А. Смита, Д. Риккардо, Э. Хекшера, Б. Олина, В. Леонтьева, Б. Балаша, Дж. Даннинга, М. Портера, С. Хирша, Р. Вернона и др.)

Научная новизна результатов исследования, полученных автором диссертации, состоит в следующем:

- На базе созданной автором агрегированной базы данных по отраслям, странам, компаниям, вовлеченным в деятельность мирового АБК, исследован информационно закрытый и информационно асимметричный комплекс.
- Разработана серия карт, отражающая все виды деятельности в АБК, имеющие региональные особенности, что позволило предложить и обосновать несколько классификаций стран, групп стран, регионов по их месту в АБК.
- На базе созданной агрегированной базы данных по отраслям и компаниям, вовлеченным в деятельность АБК России, составлен «алмазный трубопровод» страны,

что позволило впервые провести классический отраслевой и региональный анализ развития АБК.

- Выявлены механизмы формирования глобализации мировой экономики и их негативное и позитивное влияние на развитие всех отраслей изучаемого комплекса.
- Определена система факторов, влияющих на МРТ в каждой отрасли изучаемого комплекса, и показана наделенность ими стран, вовлеченных в деятельность АБК.
- Определены причины и механизмы формирования всех национальных АБК, исходя из теоретических моделей МРТ.
- Выявлены все виды и формы МРТ, характерные для отраслей комплекса.
- Предложена и обоснована типология видов международной специализации и кооперирования, характерных для первичного звена МРТ – единичного МРТ.
- Предложена, рассчитана и обоснована система показателей, отражающих место стран в МРТ АБК. На их основе представлена типология стран по их месту в МРТ алмазно-бриллиантового комплекса.
- Выявлены тенденции в развитии МРТ в АБК, отражающие как общемировые глобальные процессы, так и специфические особенности комплекса.

Положения диссертации нашли практическое применение. Основная часть материалов диссертации была использована при разработке региональной маркетинговой стратегии ОАО «ПО «Кристалл». Кроме того, полученные результаты использовались и продолжают использоваться автором при подготовке аналитических статей для ведущих отечественных отраслевых изданий. Возможно применение материалов диссертации высшими учебными заведениями и бизнес-школами по подготовке и переподготовке специалистов в области географии мирового хозяйства, АБК или маркетинга.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации прошли апробацию в виде докладов на различных конференциях и семинарах научного характера: Шестая международная конференция «Российский рынок драгоценных металлов и драгоценных камней: состояние и перспективы» (Москва, 2003); Седьмая международная конференция «Российский рынок драгоценных металлов и драгоценных камней: состояние и перспективы» (Москва, 2004); Восьмая

международная конференция «Российский рынок драгоценных металлов и драгоценных камней: состояние и перспективы» (Москва, 2005); Международная конференция Адама Смита, Саммит «Индустрия драгоценных металлов и камней в СНГ» (Москва, 2006); Российско-бельгийский семинар «Система сбыта алмазов и бриллиантов на мировом рынке» (Москва, 2004); Российско-бельгийский семинар «Методы идентификации алмазов и бриллиантов с улучшенными характеристиками и синтетических алмазов» (Москва, 2005); научно-практический семинар по проблемам аттестации бриллиантов фантазийных и уникальных цветов (Смоленск, 2005); Международная научно-практическая конференция «Территориальная дифференциация и регионализация в современном мире» (Смоленск, 2006).

Структура диссертационной работы определена целью и вытекающими из нее задачами. Работа в 2-х томах. Том 1 состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы (более 320 источников). Основной текст размещен на 310 страницах. Содержит 108 таблиц, 13 рисунков (схемы, диаграммы, графики) и 26 картосхем, органично связанных с текстом. Том 2 (Приложения) включает сводные таблицы (10) и аналитические материалы, характеризующие место отдельных стран (Бельгия, Великобритания, Италия, Швейцария, Израиль, Индия, Китай / Гонконг, Таиланд, Япония, ОАЭ, Канада, США, Ботсвана, Ангола, ДР Конго, Намибия, ЮАР) в мировом АБК.

Основные публикации по теме диссертации. По теме диссертации опубликовано более 60 работ объемом 80 п.л., в том числе 2 монографии, а также 7 статей, в журналах из перечня ВАК. Главной публикацией, отражающей предмет защиты, служит монография «Международное разделение труда в алмазно-бриллиантовом комплексе». Содержание публикаций соответствует диссертационной работе и автореферату диссертации.

Основные положения и выводы диссертации

1. Изучение МРТ в алмазной, гранильной и ювелирной отраслях невозможно без применения комплексного подхода, так как, во-первых, рассматриваемые

отрасли отличаются высоким уровнем взаимозависимости по потокам вещества и информации. А во-вторых, субъекты, действующие в каждой из них, как правило, одновременно выступают в качестве субъектов смежных отраслей. Эти обстоятельства заставляют рассматривать перечисленные отрасли, как единый межотраслевой комплекс (алмазно-бриллиантовый), производящий один конечный продукт и, соответственно, исследовать МРТ в его рамках.

В данном исследовании не рассматриваются территориальные варианты проявления комплексности такие, как территориально-производственный комплекс (ТПК) или кластер, так как данные понятия работают скорее в целом на географическое разделение труда, нежели на международное разделение труда, не отражая таким образом изучаемую тему. Более того, формирование ТПК в рамках АБК – крайне сложная задача, поскольку рассматриваемые отрасли различаются по условиям рентабельного ведения бизнеса. Так, товарная структура добываемых алмазов на определенной территории чаще всего не соответствует условиям рентабельного ведения гранильного бизнеса на этой территории. В свою очередь, товарная структура производимых на ней бриллиантов чаще всего не соответствует товарной структуре производимых ювелирных изделий с бриллиантами, что определяется потребительскими свойствами конкретного внутреннего рынка.

Отраслевую структуру АБК принято при анализе показывать с помощью схемы «алмазный трубопровод» (рис.1), в которой отрасли расположены в порядке прохождения произведенного товара от добычи сырья до потребления конечной продукции (добыча алмазов, оптовая торговля алмазами, производство бриллиантов, оптовая торговля бриллиантами, производство ювелирных изделий с бриллиантами, оптовая и розничная торговля ювелирными изделиями с бриллиантами).

Взаимосвязь между отраслями помогает определить коэффициент «увеличения стоимости», рассчитываемый при насыщении данной схемы статистикой. Он вычисляется для каждого товарного сегмента «алмазного трубопровода» по соотношению в его пределах стоимости произведенного и проданного продукта (алмазы: добыча и продажа; бриллианты: производство и продажа; ювелирные изделия с бриллиантами: производство и продажа) (табл. 1). Это, во-первых,

позволяет определить наиболее и наименее экономически эффективный товарный сегмент рынка, а во-вторых, дает возможность выявить тенденции развития каждого сегмента, зафиксировать «пограничные» состояния в каждом из них и использовать данную информацию для выработки маркетинговой стратегии.

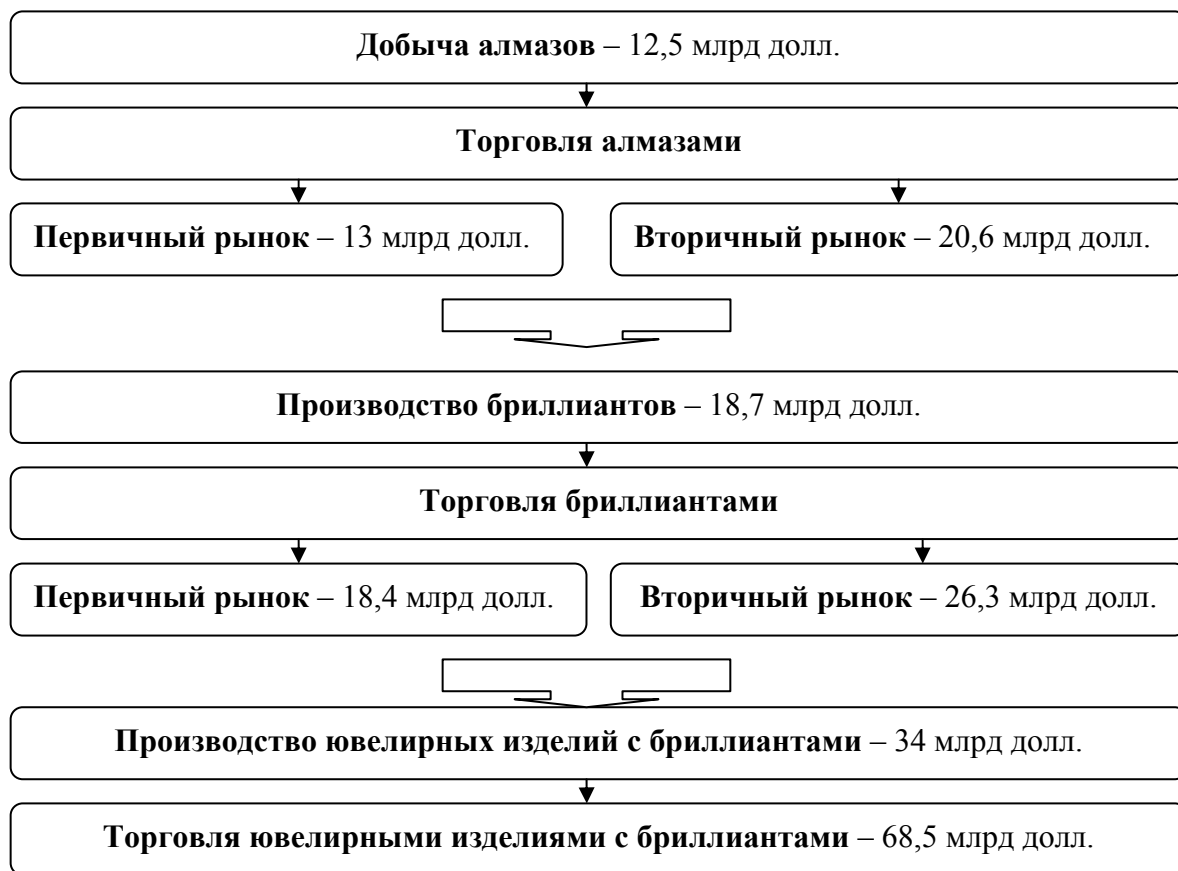


Рис.1. «Алмазный трубопровод»

Проведенные расчеты показали, что наиболее экономически эффективный товарный сегмент алмазно-бриллиантового рынка – это продажа ювелирных изделий с бриллиантами (коэффициент увеличения стоимости k от 1,85 до 2,21), затем – продажа алмазов (k от 1,1 до 1,3), а наименее экономически эффективный – продажа бриллиантов (k от 0,92 до 1,18). Очевидно, что для всего мирового АБК принципиальное значение имеет динамика коэффициента увеличения стоимости ювелирных изделий с бриллиантами, так как этот показатель отражает тенденции спроса на конечный продукт (ювелирные изделия с бриллиантами), который формирует спрос и на промежуточные продукты (алмазы и бриллианты). Любые его незначительные уменьшения должны насторожить производителей всех трех видов

товаров и заставить их стимулировать свою маркетинговую деятельность, в то время как увеличение данного показателя говорит о благоприятной конъюнктуре на мировом рынке. Наиболее уязвимым участникам АБК – производителям бриллиантов, которые находятся в центре «алмазного трубопровода», очень важно одновременно учитывать динамику коэффициента увеличения стоимости продажи алмазов и продажи ювелирных изделий с бриллиантами. Любое их согласованное развитие (одинаковые темы роста) свидетельствует о стабильности мирового рынка, а значит, позволяет стабильно функционировать и гранильной отрасли. Несогласованное развитие рассматриваемых показателей может свидетельствовать как о благоприятной среде, способной увеличивать прибыли производителей бриллиантов (рост коэффициента продаж ювелирных изделий с бриллиантами и уменьшение коэффициента продаж алмазов), так и о неблагоприятной конъюнктуре (рост коэффициента продаж алмазов и уменьшение коэффициента продаж ювелирных изделий с бриллиантами).

Таблица 1

Динамика коэффициента увеличения стоимости в каждом товарном сегменте мирового АБК

	1999		2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006	
	млрд долл.	К	млрд долл.	К	млрд долл.	К	млрд долл.	К	млрд долл.	К	млрд долл.	К	млрд долл.	К	млрд долл.	К
добыча алмазов	7,2		7,5		7,9		7,83		8,9		10,06		12,67		12,51	
продажа алмазов	8,8	1,22	9,6	1,28	9,1	1,15	9,76	1,25	9,76	1,10	12,1	1,20	14,9	1,18	14,2	1,1
производство бриллиантов	11,4		12,8		11,4		13,7		14,8		16,74		19,26		18,72	
продажа бриллиантов	12,6	1,11	13,7	1,07	13,5	1,18	14,4	1,05	15,7	1,06	16,68	1,00	17,76	0,92	18,45	1,0
производство ЮБИ	24,9		26,1		26,3		27,4		29,1		31,7		33,7		-	
продажа ЮБИ	52,7	2,12	57,6	2,21	54,1	2,06	56,9	2,08	56,95	1,96	60,58	1,91	62,45	1,85	68,51	

2. Первоначальное представление о МРТ в АБК позволяет получить типологический подход, использованный автором в региональном анализе деятельности изучаемого комплекса, на основе которого были выделены классификации государств по отраслевому, статусному, социально-экономическому, и региональному признакам. При этом учитывались как

качественные характеристики (географическое положение страны, ее природно-ресурсный потенциал, особенности социально-экономического развития, историко-географические особенности формирования рассматриваемых национальных экономик и их отраслевая структура), так и количественные показатели (емкость рассматриваемых рынков, объемы добычи алмазов, импорта алмазов, вторичного экспорта алмазов, производства бриллиантов, их импорта и экспорта, потребления бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами, себестоимость производства бриллиантов, средняя стоимость ювелирных изделий с бриллиантами, продаваемых в каждой стране, душевые показатели ВВП, экспортная квота).

Отраслевая классификация стран выделена на основе определения доли стран в мировом производстве/потреблении исследуемого товара:

- страны-лидеры в добыче алмазов и определяющие ее мировой объем – Ботсвана, Россия, ЮАР, Канада, Ангола, ДР Конго, Намибия, Австралия;
- страны-лидеры в производстве бриллиантов и определяющие его мировой объем – Индия, Израиль, Таиланд и Китай, Россия, ЮАР, США, Бельгия;
- страны-лидеры в производстве ювелирных изделий с бриллиантами и определяющие мировое потребление бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами – США, Япония, Италия, страны Персидского залива, Индия;
- страны-посредники, обслуживающие торговые операции с алмазами, бриллиантами, ювелирными изделиями с бриллиантами – Израиль, Бельгия, Великобритания, Гонконг, ОАЭ.

Данная классификация затрудняет определение принадлежности к тому или иному классу тех стран, которые совмещают несколько функций в рамках АБК – Израиль, Россия, ЮАР, Бельгия, ОАЭ, Индия и др. Для решения этой проблемы автор воспользовался индексом фактических сравнительных преимуществ, что нашло отражение в другом положении защиты.

Классификация стран по времени формирования алмазно-бриллиантового комплекса. Развитие изучаемого комплекса определяется стабильно ограниченным количеством участников, которых можно считать традиционными «игроками» – Великобритания, Бельгия, Индия, Израиль, США, Италия, Япония. Они выступают

как в качестве основных производителей, так и потребителей продукции АБК. В последние годы в силу процесса глобализации мировой экономики стали появляться страны, «отнимающие» часть функций у традиционных участников. Так, производство бриллиантов, в силу высокой трудоемкости, стало мигрировать в страны с низкой стоимостью рабочей силы (Китай, Таиланд, Шри-Ланка, Мексика, Пуэрто-Рико, Армения, Украина и т.д.); страны, обладающие льготным таможенным и налоговым режимами, стали притягивать к себе торговые потоки драгоценных металлов и камней (Гонконг, Сингапур, ОАЭ, Бахрейн, Саудовская Аравия, Катар и т.д.); повышение уровня жизни в ряде стран привело к резкому увеличению покупательской способности населения, что в сочетании с ненасыщенностью внутреннего рынка превратило их в привлекательные рынки сбыта (Китай /Гонконг, Тайвань, страны Персидского залива, Турция, ЮАР, Канада, Россия и т.д.). В результате на мировом алмазно-бриллиантовом рынке сформировалась новая группа государств, способная влиять на его развитие. Лидерами среди них можно считать Китай/Гонконг, Таиланд и страны Персидского залива. По сравнению с традиционными участниками, новые «игроки» контролируют незначительную часть мирового алмазно-бриллиантового рынка, да и в мировом потреблении продукции АБК доля их невелика. Однако темпы роста контролируемой ими доли впечатляют (Гонконг за последние 5 лет увеличил объемы импорта бриллиантов в 2 раза, ОАЭ за последние 3 года увеличили объемы импорта алмазов в 3 раза, экспорта алмазов – в 2 раза, импорта бриллиантов – в 6 раз, экспорта бриллиантов – в 9 раз). И это несмотря на в целом, негативную конъюнктуру, сложившуюся в рассматриваемых регионах за исследуемый период – финансовый кризис в странах Юго-Восточной Азии (1998 г.), «эффект миллениума» (2000 г.), атипичная пневмония (Гонконг – 2003 г.), война в Ираке (страны Персидского залива).

Социально-экономическая классификация стран базируется на разделении труда в рамках АБК между странами с разным уровнем социально-экономического развития (табл. 2). Государства, которые относятся к группе экономически развитых стран, преимущественно выполняют функцию потребителей продукции АБК (США, Япония, Италия и др.), а также посредников в торговле алмазами и бриллиантами (Бельгия,

Израиль, США). При этом, как правило, посредническая функция данной группы государств является следствием их прошлой специализации на производстве продукции, в торговле которой они сегодня лидируют. В то же время развивающиеся страны – основные производители в рамках АБК (как алмазов – Ботсвана, Ангола, ДР Конго, Намибия и др., так и бриллиантов – Индия, Китай, Таиланд и др.) и посредники (ОАЭ, Гонконг). Посреднические функции развивающихся стран никак не связаны с производственной деятельностью государства в рамках АБК и определяются изначально наличием льготного законодательства в сфере финансовых и торговых операций.

Таблица 2

Разделение труда в АБК между странами разных социально-экономических типов

	Алмазы			Бриллианты			Потребление бриллиантов	Потребление ЮБИ
	Добыча	Импорт	Экспорт (вт.)	Производ ство	Импорт	Экспорт		
Экономичес ки развитые страны	3,51	21,6	18,2	4,93	28,6	24,55	13,7	53,13
Доля (%)	28	65	87	26	73	61	86	85
Развивающ иеся страны	6,83	11,1	2,7	11,92	10,5	15,8	3,56	7,15
Доля (%)	54	33	13	62	27	39	11	15
Страны с переходной экономикой	2,26	0,8	-	2,4	-	-	0,5	2,17
Доля (%)	18	2	-	12	-	-	3	-
Весь мир	12,6	33,5	20,9	19,26	39,3	40,35	17,76	62,45
Доля (%)	100	100	100	100	100	100	100	100

Разделение функций между экономически развитыми и развивающимися странами в рамках мирового АБК постоянно усиливается. Производственная и посредническая роли постепенно «мигрируют» из развитых в развивающиеся государства. Этот процесс является естественным следствием высокого уровня доходов населения в развитых странах, который делает производство большинства товаров в них дорогостоящим и поэтому нерентабельным (особенно если речь идет о трудоемких производствах). В результате производственные функции данной категории стран сокращаются (в том числе и АБК, отрасли которого относятся к категории «трудоемких»). С другой стороны, производство дорогостоящей продукции заставляет государства прибегать к активному протекционизму, защищая внутренний рынок от

конкуренции, что не позволяет развиваться посредническим функциям или вообще уничтожает их. Особенно ярко рассматриваемая закономерность прослеживается в развитии АБК Израиля и Бельгии. Обратной стороной высокого уровня доходов населения экономически развитых стран можно считать формирование и развитие у него все новых потребностей. Отсюда и расширение потребительской функции. Хотя, стоит отметить, что данная функция имеет разные тенденции развития по странам (рост потребления в США и стагнация и даже сокращение в ряде стран Европы).

Невысокий уровень социально-экономического развития развивающихся стран привлекает производственные и посреднические функции. Есть несколько факторов, определяющих данную ситуацию. Во-первых, использование развивающимися странами минерально-сырьевой базы в качестве единственного источника доходов. Однако, в силу того, что горнодобывающая промышленность – одна из самых капиталоемких отраслей, требуются значительные средства для ее создания. Поэтому правительства вынуждены открыть двери для иностранных инвестиций. В результате в большинстве случаев добыча алмазов в рассматриваемой группе стран формируется деятельностью иностранных компаний или совместных предприятий. Во-вторых, в большинстве развивающихся стран демографическая ситуация способствует формированию значительных трудовых ресурсов. Дешевая рабочая сила, как правило, задействуется иностранными компаниями развитых стран, перемещающими сюда наиболее трудоемкие производства, нерентабельные в своей стране (к которым относятся производство бриллиантов и ювелирных изделий). В-третьих, из-за отсутствия в большинстве развивающихся стран многоотраслевой экономики, отсутствуют и элементы политики протекционизма в целом, что стимулирует формирование открытой экономики и как следствие – посреднических функций. Причины, заставляющие развивающиеся страны заниматься посреднической деятельностью, могут быть разными. Это и особенности их экономико-географического положения (Гонконг, Бахрейн, Катар), и стремление диверсифицировать свою экономику (ОАЭ, Саудовская Аравия), и следствие деятельности иностранных компаний в бывших колониях по легализации капитала и т.д.

Региональная классификация стран основана на выявлении разделения труда в изучаемом комплексе между макрорегионами – Европой, Америкой, Африкой, Азией и Австралией, Россией (табл. 3). Так, безусловным лидером в добыче алмазов является Африка (59% мирового производства), в производстве бриллиантов – Азия (86%), в продаже бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами – Америка (45% и 49% соответственно), в торговых операциях с продукцией АБК – Европа (47% мирового импорта алмазов, 72% мирового вторичного экспорта алмазов). Очевиден вывод о том, что каждый регион выполняет свою функцию в рамках АБК: Африка – сырьевое обеспечение его деятельности, Азия – ведущий производитель бриллиантов, Европа – основной посредник в торговых операциях с алмазами и бриллиантами, Америка – основной потребитель произведенной продукции.

Таблица 3

Региональные особенности деятельности АБК

	Добыча алмазов		Производство бриллиантов		Продажа бриллиантов		Продажа ЮБИ	
	млрд долл.	%	млрд долл.	%	млрд долл.	%	млрд долл.	%
Африка	7,41	59,28	0,8	4,3	-	-	-	-
Россия	2,33	18,64	1,2	6,4	-	-	-	-
Америка	1,36	10,88	0,3	1,6	8,27	44,82	34,01	49,6
Азия и Океания	0,48	3,84	16,02	85,6	6,32	34,25	18,95	27,7
Европа	-	-	0,4	2,1	1,97	10,68	8,25	12,0
остальные страны	0,92	7,36	-	-	1,89	10,24	7,29	10,6
Всего	12,5	100	18,72	100	18,45	100	68,5	100

3. Развитие АБК в современных условиях (глобализация мировой экономики) определяется степенью либерализации национальных экономик, транснациональной деятельностью компаний, информационными технологиями. При этом влияние глобализации на АБК отличается неоднозначностью – очень сложно определить характер воздействия того или иного фактора (позитивное или негативное), так как зачастую одна причина порождает несколько противоречивых следствий.

Так, очевидно, что углубление разделения функций между «развитыми» и «развивающимися» странами в рамках АБК, возникающее в результате либерализации национальной экономики, приводит к появлению позитивных черт в функционировании АБК развивающихся стран и негативных черт в

функционировании АБК развитых стран. Структурные изменения рынка труда, формирующиеся благодаря внедрению информационных технологий в коммерческую деятельность, с одной стороны, снижают издержки на ведение бизнеса, а с другой стороны, требуют постоянных инвестиций в переобучение сотрудников. «Вымывание» посредников между производителями и потребителями из АБК, возникающее в процессе электронной коммерции, приводит к росту спроса, однако уменьшает возможности кредитования и профессиональных услуг по подбору ассортимента бриллиантов ювелирной отрасли. В целом, можно сказать, что информационные технологии, формируя информационно открытую среду (что благоприятно для развития любого бизнеса), могут негативно сказаться на функционировании изначально закрытого рынка, которым является алмазно-бриллиантовый рынок, приведя к «обвалу» цен на его продукцию. Ведь цена на алмазы и бриллианты в принципе субъективна. Укрупнение бизнеса, возникающее в результате деятельности ТНК, улучшает условия кредитования, увеличивая оборотные средства, дает возможность использовать «эффект масштаба», повышая тем самым экономическую эффективность компании, но в то же время делает предприятие менее гибким, а, значит, более чувствительным к изменению рыночной конъюнктуры. Зависимость национальных экономик от иностранного капитала, появляющаяся благодаря ТНК, с одной стороны, приводит к улучшению экономической ситуации в стране приложения капитала, стимулируя ее развитие, но с другой стороны, вносит отраслевые риски. Разорение экономически неэффективных национальных производителей, возникающее в режиме открытой экономики, благодаря процессам либерализации и транснационализации, приводит к сокращению рабочих мест, но при этом позволяет национальной экономике перейти на интенсивный путь развития, выявляя более конкурентоспособные ниши, что в целом оздоравливает экономическую ситуацию в стране. Вертикальная интеграция ТНК, дающая возможность мониторинга всего АБК, заставляет компании развивать отрасли экономически неэффективные в данной конкретной среде (чаще всего это касается трудоемких отраслей комплекса). Возможность регулирования деятельности АБК, возникающая в результате работы международных союзов, нередко сопровождается

негативными явлениями в национальной экономике или даже изменениями места страны на мировом рынке в рамках АБК.

Более того, поскольку все рассмотренные механизмы стимулируют формирование открытой экономики или функционируют в ее режиме, они зачастую порождают одинаковые следствия. Такие явления, как рост объема производства и потребления продукции АБК, усиление конкуренции, разорение экономически неэффективных национальных производителей, формирование альтернативных механизмов продвижения и торговли продукцией АБК, вызывают все изученные нами механизмы (либерализация национальной экономики, информационные технологии, ТНК). Это усложняет оценку рассматриваемого явления. Вместе с тем очевидно, что сегодня глобализация – это определяющее условие развития мировой экономики, с которым надо считаться. Более того, его необходимо использовать в интересах бизнеса.

4. Разделение труда между странами, группами стран, регионами в АБК складывается под действием разных факторов. Они создают разную конкурентную среду (условия ведения бизнеса), которая определяет степень экономической эффективности деятельности предприятий. Регионы, наделенные лучшими условиями ведения бизнеса, привлекают к себе большее количество компаний, что в конечном итоге приводит к специализации конкретной территории и формирует МРТ.

Очевидно, что развитие *алмазной отрасли* невозможно без наличия запасов природных ресурсов (алмазного сырья). Поэтому производственные затраты ее предприятий будут определяться объемами геологоразведочных работ и капитального строительства, связанного с эксплуатацией месторождений. В связи с этим основными факторами, влияющими на размещение предприятий, можно считать наличие природных ресурсов и капитала. Их сочетание определяет формирование алмазодобычи в экономически развитых государствах – Канаде, ЮАР, Австралии, России. Развивающиеся страны, обладающие значительными запасами алмазов, но выделяющиеся слабостью национального капитала, используют два пути. Во-первых, создают у себя условия для привлечения иностранного капитала (Ботсвана, Намибия) или хотя бы стремятся к этому (Ангола, ДР Конго, Гвинея). Во-вторых, соглашаясь на

низкую норму прибыли, ориентируются на собственные силы, т.е. старательскую добычу.

Второй вариант развития отрасли порождает явление, которое в мировом АБК принято называть «кровавые алмазы», и тесно связанный с ним теневой алмазный рынок. На волне борьбы с ним сформировался один из самых значительных механизмов регулирования деятельности комплекса – Кимберлийский процесс. Он вывел с мирового рынка алмазов ряд государств – Сьерра-Леоне, Либерию, создав прецедент и сделав его более прозрачным и открытым. В целом, необходимо отметить, что международное регулирование в наибольшей степени сказывается не столько на производстве алмазов, сколько на торговле ими. Эта особенность характерна и для влияния такого фактора, как зависимость от исторического наследия (посреднические функции Великобритании и Бельгии).

В структуре производственных затрат *гранильной отрасли* материальные затраты (на сырье и материалы) являются наиболее значительными. Поэтому производители бриллиантов пытаются всеми способами снизить издержки на сырье. Однако это сложная задача, так как в связи с традиционным превышением спроса на алмазы над их предложением на мировом рынке цены постоянно растут. И даже в кризисные периоды спрос на алмазы хороших характеристик и, соответственно, бриллианты с тезаврационными свойствами, остается устойчивым. Единственный путь – это закупка сырья у прямых его производителей, в обход посредников, к чему и стремится большинство предприятий. Более того, сырье отличается высокой стоимостью, да и часть произведенной продукции из-за технологических особенностей обработки алмазов попадает в стоки, которые приходится содержать. Вследствие этого рассматриваемую отрасль можно считать капиталоемкой. В связи с этим ссудный капитал играет значительную роль в ее функционировании. Все ведущие гранильные центры (Бельгия, Индия, Израиль, США) прибегают к кредитованию, годовой объем которого на сегодняшний день составляет около 70% годового мирового объема продаж бриллиантов. Поэтому первоначальное развитие отрасли было связано с экономически развитыми странами – Бельгией, ФРГ, Францией. Но и сегодня среди

мировых центров огранки развитые государства, в первую очередь Израиль, Бельгия, США, ЮАР, Россия.

Вторую позицию в структуре производственных затрат гранильной отрасли занимают затраты на оплату труда. И многие компании, не имея возможности снизить производственные издержки за счет сырья, стремятся это сделать за счет стоимости труда. В результате происходит миграция производства из экономически развитых стран с высокой стоимостью труда (Бельгия, США, Израиль, Россия, ЮАР) в развивающиеся страны с его низкой стоимостью (Индия, Китай, Таиланд). Более того, страны со значительной территорией дают своим гранильным компаниям возможность снижать издержки за счет переноса производства из столичных регионов с высокой оплатой труда в периферийные регионы с относительно низкими зарплатами (Россия, Индия).

Поскольку гранильный бизнес объективно заинтересован в системе посредников (более 50% мирового рынка бриллиантов – вторичный рынок), для него важно отсутствие ограничений на осуществление торговых операций с алмазами и бриллиантами. Поэтому страны, в которых национальные правительства создают такие условия, притягивают к себе посреднические функции – Бельгия, Израиль, Гонконг. Торговая специализация может возникать на определенных территориях в пределах одного государства. Чаще всего это промышленные парки, работающие в режиме свободных экономических зон (СЭЗ). Они есть в ОАЭ (Jebel Ali – г. Дубай), Индии (SEEPZ – в районе г. Мумбаи), Таиланде (Gemopolis – в районе г. Бангкок). В свою очередь режим СЭЗ стимулирует не только торговлю, но и производство. Вся гранильная отрасль Китая расположена в Восточной экономической зоне преимущественно на территориях СЭЗ, что дает возможность правительству использовать иностранный капитал для развития национальной экономики.

Еще один фактор, оказывающий зачастую решающую роль на развитие отрасли, – деловая активность (предпринимательская деятельность), так как гранильный бизнес – это преимущественно семейный бизнес, базирующийся на личных контактах, имеющих длительную историю. Сохранение положения Бельгии в мировом АБК в качестве ведущего торгового центра алмазами и бриллиантами в течение длительного

периода во многом определяется именно этим фактором. И, наконец, есть целый ряд государств, которые привлекательны для гранильного бизнеса своим емким потребительским (ювелирным) рынком – США, Япония.

Таким образом, можно сказать, что основные факторы, влияющие на МРТ в гранильной отрасли, – доступ к сырью, наличие капитала, низкая стоимость труда, ЭП территории, государственное регулирование, емкий потребительский рынок.

В *ювелирной отрасли* к значительной доле материальных затрат в структуре производства добавляются еще повышенные затраты на оплату труда. Они связаны с использованием новых дизайнерских решений, что особенно ощутимо в производстве ювелирных изделий, относящихся к классу «премиум». В силу того, что отрасль создает конечный продукт, у нее резко увеличиваются коммерческие расходы, направленные на продвижение товара на рынке. Они значительно больше, чем в алмазной или гранильной отраслях. К тому же, если компания занимается розничной торговлей произведенного товара, то в структуру затрат войдет еще и аренда площадей торговых площадок или затраты на их приобретение и последующее содержание. Другими словами, в отличие от гранильной, а тем более алмазной, ювелирная отрасль в своем размещении подвержена влиянию гораздо большего количества факторов. Они в основном связаны с количественными и качествами характеристиками населения территории – это текущая/потенциальная емкость рынка, стоимость труда, традиции потребления/производства.

Так, емкость рынка, которая является ведущим фактором для развития ювелирной отрасли, определяется в первую очередь численностью населения (в данном случае количеством женщин в возрасте от 25 до 55 лет) и его покупательской способностью (на приоритетных рынках ВВП на душу населения превышает 10 тыс. долл.). Поэтому понятны причины развития отрасли в экономически развитых странах – США, Японии, государствах Западной Европы. Однако в этих регионах сравнительно низкие темпы развития национальной экономики (темпы роста ВВП 0%–4% в год), что сдерживает рост покупательской способности населения. В результате средняя стоимость ювелирных изделий с бриллиантами здесь относительно невысока и держится на уровне 500–700 долл. Исключение составляют Италия (1200 долл.) и

Япония (1350 долл.) – страны с развитой культурой потребления данного товара. В то же время есть национальные экономики, выделяющиеся средним уровнем социально-экономического развития, но растущим высокими темпами, которые расширяют рамки покупательской способности населения. Это обстоятельство делает их привлекательными для ювелирной отрасли. К таким государствам можно отнести Саудовскую Аравию, ОАЭ (в целом Персидский залив – Gulf) и Гонконг. Средняя стоимость ювелирных изделий с бриллиантами на их рынках составляет 1200-1500 долл. Необходимо отметить, что в данной категории государств отрасль работает не только на удовлетворение потребностей местного населения, но и на хорошо развитый туристический рынок.

С другой стороны, в силу трудоемкости отрасли, для ее предприятий важна стоимость труда. Поэтому среди лидеров есть целый ряд развивающихся стран, население которых обладает навыками работы с ювелирными материалами и отличается позитивной трудовой этикой – Индия, Китай, Таиланд, Турция. В этих государствах незначителен ВВП на душу населения, да и средняя стоимость ювелирного изделия с бриллиантами, продаваемого на внутреннем рынке, невысока – 500 долл. Однако если учесть численность населения этих стран и высокие темпы развития их национальных экономик (6-11% в год рост ВВП), становится очевидным значительный потенциал емкости их внутренних рынков.

В мировой ювелирной отрасли есть государства, где производство ЮБИ связано с природными ресурсами, доступ к которым имеет страна. Среди них можно отметить Канаду, Россию, ЮАР, Израиль (алмазы, бриллианты), Таиланд, Индию, Китай (алмазы, бриллианты, цветные драгоценные и полудрагоценные камни). В отличие от алмазной и гранильной отраслей, ювелирная отрасль более зависима от ЭГП территории. Особенно ярко это наблюдается в разделении труда между Гонконгом и Китаем. Гонконг из-за своих посреднических функций пропускает через себя значительный поток бриллиантов, который в силу высокой стоимости труда в регионе экономически неэффективно использовать в производстве ювелирных изделий. Поэтому он направляется в соседние провинции Китая на ювелирные фабрики.

5. МРТ проявляется в различных формах, наиболее характерные для АБК – международная специализация и международное кооперирование.

В силу однородности производимой в АБК продукции доминирующей формой проявления **международной специализации** в алмазной и гранильной отраслях является предметная. Для ювелирной отрасли характерна поддетальная специализация (ювелирные заготовки). Технологическая специализация свойственна всем отраслям АБК и основана на необходимости подтверждения природного происхождения производимой продукции и ее качества, что делает востребованными оценку и сертификацию товара. Отсюда и создание организаций, специализирующихся на данной функции, – геммологических лабораторий. К технологической специализации можно отнести нанесение лазерных надписей на бриллиант, облагораживание камней, что характерно для деятельности компаний гранильной отрасли.

Международная специализация территории приводит к выделению **межотраслевой**, внутриотраслевой и корпоративной специализации. Все они четко прослеживаются в АБК. Так, само включение в состав изучаемого комплекса алмазной, гранильной и ювелирной отраслей, предполагает разделение труда между отраслями, производящими один вид конечной продукции – ювелирные изделия с бриллиантами. Алмазная отрасль добывает алмазы, сортирует их в зависимости от условий рентабельности ведения гранильного бизнеса в каждой стране и продает. Гранильная отрасль производит из алмазов бриллианты, а также подбирает партии бриллиантов со схожими характеристиками для ювелирных компаний. Ювелирная отрасль разрабатывает и производит конечный продукт в соответствии со вкусом потребителя, а также реализует его. Очевидно, что перечисленные операции трудно совместить в пределах одной страны (из-за разных факторов производства, влияющих на каждую отрасль АБК), а тем более в рамках одного предприятия. Вместе с тем это явление встречается в виде так называемой вертикальной интеграции, которая дает компании возможность мониторинга всего алмазно-бриллиантового рынка (в каждом товарном сегменте), что в конечном итоге позволяет адаптироваться к нему через единую ценовую политику. Более того, когда алмазная или гранильная компания входит в ювелирный сегмент, она получает дополнительный инструмент

формирования спроса на свой товар и таким образом «вытягивает» его. По данному пути идут такие лидеры мирового АБК, как Rio-Tinto – Tiffany, Aber Resources – Harry Winston, De Beers – LVMH, Leviev Group – Bulgari, Pluczenik Diamond – Escada, Rosy Blue – Nagahori Corporation и т.д.

Внутриотраслевая специализация проявляется в разной степени у отраслей АБК, но в целом определяется региональными особенностями товарной структуры каждой из них. В алмазной отрасли она связана с доминированием в структуре добычи алмазов ювелирного (Ботсвана, Намибия, Канада, Ангола, Россия) или ооколоювелирного/технического качества (ДР Конго, Австралия). В гранильной отрасли она связана с качеством огранки (индийская огранка – Индия, Шри-Ланка; коммерческая огранка – Израиль, ЮАР, СНГ, Китай, Таиланд; идеальная огранка – Россия, Бельгия, США). В ювелирной отрасли со статусом потребителя (сегмент «премиум» – Италия, Франция, Швейцария, Испания, Великобритания, США, Япония; сегмент массового спроса – Индия, Турция, Таиланд и т.д.). Более того, внутриотраслевая специализация может определяться доминирующим видом деятельности: производители, посредники. В алмазной отрасли производители – это все алмазодобывающие страны (Ботсвана, Россия, ЮАР, Канада, Ангола, ДР Конго, Намибия, Австралия и т.д.), посредники – Великобритания, Бельгия, Израиль, ОАЭ. В гранильной отрасли производители – это все производители бриллиантов (Индия, Израиль, Россия, Китай, Таиланд, и т.д.), посредники – Бельгия, Израиль, США, Гонконг, ОАЭ. В ювелирной отрасли, в отличие от алмазной и гранильной, в силу производства конечной продукции, посредническая функция не является объективно необходимой, поэтому и территориально она не дифференцирована.

Корпоративная специализация (специализация отдельных предприятий) в АБК наиболее ярко прослеживается в гранильном и ювелирном сегментах. Среди производителей бриллиантов она реализуется через форму огранки, вес, цвет бриллианта. Так, несмотря на доминирование на мировом рынке спроса на бриллианты круглой формы огранки, а значит, и преобладание этой формы в товарной структуре производства всех гранильных компаний, в последние годы растет спрос на так называемую фантазийную огранку (традиционную, специальную). Она, с одной

стороны, уменьшает издержки производителя, увеличивая тем самым его прибыль, а с другой стороны, помогает компании дифференцировать свой товар из массы однородного, делая его более узнаваемым у покупателей. Поэтому все новые формы огранки, которые появляются на рынке, сразу патентуются и зачастую становятся лицом компании: EFD Ltd. – «Princess Plus», Lily Diamonds – «Lily Cut», Avi Paz Fancy Ltd. – прямоугольная фантазия и т.д. Многие компании пытаются выделять свой товар по цвету, так как цветные бриллианты, как и цветные алмазы, явление редкое и уже поэтому заметное. В целом на мировом рынке небольшое количество предприятий специализируется на работе с цветными бриллиантами природного происхождения. Среди них Diarough NV.(Бельгия), Gembel European Sales NV. (Бельгия), Steinmetz Group of Companies (Швейцария) и т.д. К выделению своего товара обозначением его весовой категории, прибегают те гранильные компании, которые используют свойства территории, на которой они расположены. Так, индийские производители чаще всего специализируются на бриллиантах небольших размерно-весовых групп – до 1,00 карат (K. Girdharal, RT Diamonds Pvt. Ltd.), что соответствует специализации страны в целом. Некоторые бельгийские компании, например Inter Gems – Clases NV., занимают эту же товарную нишу, так как их производственные мощности находятся в странах соответствующей специализации, в данном случае в Лаосе. В то же время производители США, удовлетворяя потребности внутреннего рынка (самого емкого в мире регионального рынка бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами), ориентированы на работу с крупными камнями, например Julius Klein Diamonds LLC (2,00 карат и выше). Это же можно сказать и об израильских компаниях, производящих товар высокого качества в странах с невысокой себестоимостью производства (Китай) и экспортирующих его в США (Yaholomey Espeka International Ltd.).

В ювелирной отрасли корпоративная специализация во многом определяется ювелирным сырьем, которое используется в производстве. В результате возникают следующие товарные сегменты: золотые изделия с бриллиантами, серебряные изделия с бриллиантами, платиновые изделия с бриллиантами, стальные/титановые изделия с бриллиантами.

Международная кооперация в АБК проявляется в разных формах. Одна из них – это **осуществление совместных программ**, реализуется или в подрядном кооперировании, или совместном производстве. Для АБК, особенно для гранильной и ювелирной отраслей, наиболее характерно подрядное кооперирование. При этом оно носит как внутриотраслевой, так и внутрикорпоративный характер. Реализуется в виде так называемых давальческих схем. В гранильной отрасли предприятие, производящее бриллианты, передает нерентабельное для обработки алмазное сырье другим компаниям, условия ведения бизнеса которых позволяют осуществлять этот процесс эффективно, произведенные бриллианты при этом возвращаются к первоначальному владельцу сырья. Поскольку уровень рентабельности деятельности компании часто определяется 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 и т.д.). Если речь идет о внутрикорпоративной кооперации, то подрядное кооперирование может возникать при перераспределении сырья между предприятиями, входящими в одну группу компаний, с целью более эффективного его использования. Кооперирование является эффективным и в случае, когда одна гранильная компания получает доступ к определенному виду сырья другой компании в обмен на общий сбыт или дилерские услуги по сырью и готовой продукции.

Вторая форма – это **договорная специализация**. Она основана на разграничении производственных программ фирм-участниц таких соглашений. В определенной мере договорная специализация в АБК возникает благодаря деятельности De Beers по реализации программы «Поставщик выбора». Все компании, попавшие в список сайтхолдеров алмазного монополиста, получают от него необходимое по ассортименту и качеству алмазное сырье, что позволяет им закрепить и развивать свою специализацию.

Третья форма – **создание совместных производственных предприятий (СП)**. Это интегрированная кооперация, когда под единой организационной формой объединяется капитал нескольких участников для достижения отдельных, совместно

согласованных целей. Данная форма международной кооперации в АБК носит в основном внутриотраслевой характер.

В алмазной отрасли она возникает по разным причинам. *Во-первых*, для страхования рисков геологоразведочных работ. *Во-вторых*, СП используются национальными правительствами для привлечения в страну иностранного капитала и затем более равномерного распределения прибыли между иностранными и национальными алмазодобывающими предприятиями. СП могут возникать и как консенсус между политическими и экономическими интересами.

Для компаний гранильной отрасли создание СП является наиболее эффективным способом выхода на новый региональный рынок. Причины выбора нового рынка могут быть разнообразными. Это и доступ к источникам сырья, что можно наблюдать ЮАР, России, Канаде. Это доступ к дешевой рабочей силе (Китай, Индия, страны ЮВА и т.д.), так как гранильная отрасль отличается своей трудоемкостью. Для государств, в которые мигрирует производство бриллиантов, СП – это один из инструментов развития национальной промышленности. Третья из наиболее значимых причин создания СП – доступ к емкому потребительскому рынку (США, Япония).

Таким образом, подводя итог анализу форм международной специализации и кооперации в АБК, можно выделить несколько типов их реализации, которые отражают единичное МРТ в АБК: добыча алмазов и алмазное дилерство; добыча алмазов и производство бриллиантов; алмазное дилерство и производство бриллиантов; производство бриллиантов; добыча алмазов, производство бриллиантов, производство ювелирных изделий с бриллиантами; алмазное дилерство, производство бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами; производство бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами.

6. Место страны в международном разделении труда в АБК можно определить с помощью системы показателей. Для решения этой задачи была использована система показателей, состоящая из трех групп. Первая группа – это макроэкономические показатели, отражающие степень вовлеченности страны в МРТ. Вторая группа – это показатели, отражающие положение отраслей АБК в

национальной экономике и мировом АБК. Третья группа – это показатели, отражающие место страны в АБК и степень ее вовлеченности в МРТ. Наибольшую продуктивность в работе с материалами по АБК показало использование третьей группы показателей, в частности индекс RCA (индекс фактических сравнительных преимуществ):

$$RCA_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / [T_{kj} (T_{iw} / T_{kw})]$$

X – экспорт, M – импорт, i – продукт (в нашем случае алмаз/бриллиант), j – страна, k – вся продукция, w – мир, $T = (X+M)^{4/2}$

Ранжирование стран по RCA показало наличие его корреляции с функцией, которую выполняет государство в мировой алмазной и гранильной отраслях, определив таким образом его место в МРТ. Это обстоятельство позволило использовать рассматриваемый индекс для создания типологии стран по их месту в МРТ АБК. Рассмотрим ее более подробно (табл. 4).

Первый тип – это *алмазодобывающие страны*, характеризуются значительными объемами производства природных алмазов. Они существенно отличаются друг от друга по уровню социально-экономического развития и, как следствие, отраслевой структуре национальной экономики. Наименее развитые государства, как правило, специализируются только на добыче алмазов и их экспорте, в то время как более развитые создают на основе собственной алмазодобычи гранильную отрасль. Исключением можно считать только Австралию, которая, обладая высоким уровнем социально-экономического развития, не обрабатывает добываемые алмазы, что связано с невысоким их качеством и, соответственно, трудоемкостью огранки, что в условиях развитой экономики нерентабельно. Таким образом, в пределах рассматриваемого типа стран формируются следующие подтипы:

- алмазодобывающие страны, ориентированные на внешний рынок. По разным причинам они пока не обладают развитой гранильной отраслью, в связи с чем все добытые алмазы идут на экспорт, т.е. данные государства вовлечены в деятельность только алмазной отрасли. Поэтому RCA их алмазной отрасли всегда значительно положителен;

- алмазодобывающие страны, ориентированные на внешний рынок, имеющие собственное производство бриллиантов, ориентированное на внешний рынок. Это государства с классическим несоответствием товарной структуры добываемых алмазов товарной структуре производимых бриллиантов и потребительским свойствам внутреннего рынка. В связи с этим деятельность их алмазной и гранильной отраслей направлена на внешний рынок, что формирует положительные величины RCA.

Второй тип – это **страны-производители бриллиантов**, участвуют в функционировании как алмазной отрасли в качестве импортеров алмазного сырья и поэтому обладают отрицательными значениями RCA, так и в гранильной отрасли в качестве основных экспортеров произведенных бриллиантов, определяя тем самым положительные значения RCA. Разное сочетание RCA алмазной и гранильной отраслей, возникающее у государств данного типа, свидетельствует о необходимости выделения нескольких подтипов стран:

- страны-производители бриллиантов, не имеющие собственной сырьевой базы, ориентированные на внутренний рынок. Отсутствие развитой алмазодобывающей отрасли заставляет их активно участвовать в импорте алмазов, что приводит к отрицательным значениям RCA. В свою очередь, большие объемы производства бриллиантов частично оказываются востребованными развитым внутренним туристическим рынком (Таиланд) и быстро растущим емким внутренним рынком (Китай). Эти обстоятельства снижают экспортные возможности гранильной отрасли данного подтипа государств, что приводит хотя и к положительным, но все же незначительным величинам RCA;

- страны-производители бриллиантов, не имеющие собственной сырьевой базы, ориентированные на внешний рынок. Эта группа государств лидирует по производству бриллиантов и остро нуждается в алмазном сырье. Поэтому, не имея собственной развитой алмазодобычи, они выделяются существенными объемами импорта алмазов, что определяет самые значительные отрицательные величины RCA алмазной отрасли. В свою очередь, лидерство в гранильной отрасли в сочетании с низкими потребительскими свойствами внутренних рынков заставляет

ориентироваться на внешний рынок, что определяет самые высокие положительные значения RCA гранильной отрасли.

Третий тип – это *страны-посредники в торговых операциях с алмазами и бриллиантами*, характеризуются, как уже ранее отмечалось, близкими величинами импорта и экспорта товара, что делает значения RCA близким «0». При этом могут возникать несколько видов соотношений внешнеэкономических операций с алмазами и бриллиантами в пределах одного государства, что приводит к необходимости выделения двух подтипов стран:

- «чистые посредники» отличаются традиционным незначительным преобладанием экспорта над импортом, что определяет положительные значения RCA;
- страны-посредники с развитым внутренним рынком отличаются традиционным преобладанием импорта над экспортом, что определяет отрицательные значения RCA.

Четвертый тип – *страны с развитыми потребительскими рынками*. Выделяясь на общем фоне сформированными традициями потребления ювелирных изделий с бриллиантами и хорошо развитой ювелирной отраслью, данная категория стран обладает отрицательными значениями RCA и алмазной, и гранильной отраслей. Но поскольку потребительские свойства рассматриваемых внутренних рынков реализуются не только через продукцию АБК, но и через другие товары, для государства в целом характерен существенный внешнеторговый оборот, что нивелирует индекс RCA, делая его стремящимся к нулю.

Необходимо отметить, что в силу ограниченности статистической базы данных по экспортно-импортным операциям гранильной отрасли, в данной типологии не нашлось место такому весомому игроку в мировом АБК, как Италия, которая наряду с развитым потребительским рынком, характеризуется еще и высоким экспортным потенциалом ювелирной отрасли. Однако предлагаемая типология стран, по объективным причинам, отражает участие стран в МРТ только алмазной и гранильной отраслей, не акцентируя внимание на ювелирной отрасли.

Данная типология стран не является статичной. Она отражает ситуацию в АБК на начало XXI в. Количественные показатели, которые легли в ее основу, меняются в зависимости от приоритетности влияния факторов.

Типология стран по их месту в МРТ АБК (на основе индекса RCA)

Типы стран	Подтипы стран	Название стран	Сочетание RCA алмазной и гранильной отраслей
Алмазодобывающие страны	Алмазодобывающие страны, ориентированные на внешний рынок	ЦАР, Сьерра-Леоне, ДР КОНГО, Того, Гвинея, Намибия, Лесото, Ботсвана, Танзания, Ангола, Гана, Зимбабве, Австралия, Бразилия	RCA a +
	Алмазодобывающие страны, ориентированные на внешний рынок, имеющие собственное производство бриллиантов, ориентированное на внешний рынок	ЮАР, Россия, Канада	RCA a+ RCA б +
Страны-производители бриллиантов	Производители бриллиантов, не обеспеченные собственной сырьевой базой, ориентированные на внутренний рынок	Китай, Таиланд	RCA a- RCA б +0
	Производители бриллиантов, не обеспеченные собственной сырьевой базой, ориентированные на внешний рынок	Индия, Израиль, Шри-Ланка, Маврикий, Лаос, Армения, Беларусь, Украина, Малайзия, Вьетнам, Румыния, Болгария	RCA a - RCA б +
Страны-посредники в торговых операциях с алмазами и бриллиантами	Чистые посредники	Бельгия, Великобритания, Швейцария	(RCA a RCA б) +
	Посредники с внутренним потреблением	Сингапур, Гонконг, ОАЭ	(RCA a RCA б) -
Страны с развитыми потребительскими рынками		США, Япония, Р. Корея	RCA a -0 RCAб -0

До середины XX в. вовлеченность национальных экономик в функционирование изучаемого комплекса была невысока. Она ограничивалась, с одной стороны, алмазодобычей, которая в тот период времени концентрировалась в африканском и латиноамериканском регионах, с другой стороны – традициями производства бриллиантов в Нидерландах и Бельгии и высокими потребительскими свойствами рынков стран Европы и США. Впоследствии влияние природно-ресурсного фактора привело к появлению на мировом рынке алмазов России, Австралии, Канады. Влияние политических факторов вывело на мировой алмазно-бриллиантовый рынок такого «игрока», как Израиль. Влияние экономических факторов расширило производственные функции Китая, Индии, стран Юго-Восточной Азии, сделав их

основными производителями в рамках АБК. Развились потребительские функции внутренних рынков Японии и стран Персидского залива, которые превратили их в значимые рынки сбыта конечной продукции комплекса. Сформировались посреднические функции у Гонконга и ОАЭ. Очевидно, что речь идет о приоритетности воздействия факторов на национальные АБК, так как выбор размещения объекта не может определяться влиянием только одного фактора.

7. МРТ в АБК развивается как в русле общемировых тенденций, так и имеет ряд специфических черт. В процессе работы стали очевидны тенденции, которым подчиняется АБК в своем развитии. Условно их можно объединить в две группы. *Во-первых*, это широкомасштабные сдвиги в размещении отраслей АБК, которые характерны и для других отраслей мировой экономики, так как отражают глобальные процессы, происходящие в ней:

- диверсификация отраслевой и территориальной структур АБК под влиянием НТР; «срастание» межрайонного и международного разделения труда;
- ориентация АБК экономически развитых стран на производство самой наукоемкой и поэтому дорогостоящей продукции в рамках комплекса (идеальная огранка крупных бриллиантов, ювелирные изделия класса «премиум», оценка и сертификация алмазов и бриллиантов);
- ориентация АБК развивающихся стран на использование собственных природных ресурсов или дешевой рабочей силы, что определяет их специализацию на производстве самой материалоемкой и трудоемкой продукции;
- усиление роли развивающихся стран в мировом АБК за счет переноса в них производственных функций гранильной отрасли и посреднической функции всех отраслей АБК;
- увеличение территориальной концентрации предприятий гранильной и ювелирной отраслей, усиливающей международную специализацию стран;
- углубление международной специализации и кооперации компаний за счет их транснациональной деятельности;
- расширение МРТ за счет увеличения уровня социально-экономического развития во многих государствах, вовлеченных в деятельность АБК;

- изменение качества воздействия природно-ресурсного фактора на развитие государства.

Во-вторых, наряду с общемировыми тенденциями в МРТ изучаемого комплекса можно выделить ряд специфичных черт:

- усиливается роль природно-ресурсного фактора в формировании обрабатывающих отраслей АБК: алмазодобывающие страны, вне зависимости от уровня социально-экономического развития, стремятся к формированию на своей территории всех отраслей АБК, что никогда ранее в истории развития комплекса не наблюдалось и в целом противоречит тенденции углубления международной специализации, характерной для национальных экономик;
- усиливаются позиции развивающихся стран в АБК не только за счет НИС, но и за счет других типов развивающихся стран;
- в отличие от других отраслей мирового хозяйства, в гранильной отрасли происходит увеличение доли самого дешевого товарного сегмента (индийская огранка), не требующего высокой квалификации рабочей силы и технологических нововведений;
- информационные технологии (интернет-торговля) формируют как позитивные, так и негативные явления в гранильной и ювелирной отраслях;
- в гранильном бизнесе происходит переход от традиционно малых форм его ведения (семейный капитал) к более крупным;
- МРТ в алмазной отрасли расширяется за счет постепенного перехода изначально монополистического рынка в олигополистический;
- в развитии МРТ АБК большую роль играют факторы не только экономического характера, но и политического;
- эконополитика алмазодобывающих компаний реализуется не только на территории развитых стран, но и в большей мере на территории развивающихся стран.

8. Перспективы изменения МРТ в АБК определяются конъюнктурой мирового рынка алмазов, бриллиантов, ювелирных изделий с бриллиантами и в целом предметов роскоши.

Алмазная отрасль. Традиционное превышение спроса на алмазы над их предложением на мировом рынке приводит к развитию нескольких тенденций. *Во-*

первых, к активной геологоразведочной деятельности. *Во-вторых*, переходу всех значительных, давно эксплуатируемых алмазных рудников на подземную добычу. *В-третьих*, к вовлечению в производство ранее нерентабельных месторождений. В совокупности эти обстоятельства определяют постоянный рост себестоимости добычи алмазов и, как следствие, повышение цен на них. Страны, в которых добыча алмазов развивается поступательно и имеет широкомасштабные перспективы за счет открытия и эксплуатации новых месторождений алмазов, – Россия и Ангола. Поэтому именно их доля в мировой алмазодобыче будет увеличиваться. При этом практически вся добыча в России и около 30% добычи в Анголе осуществляется одной компанией – АЛРОСА, что свидетельствует об укреплении ее позиции в качестве одного из лидеров мирового алмазного рынка. Это, в свою очередь, при активном участии государства, может привести к превращению России в один из мировых торговых алмазных центров. Соответственно уменьшение доли традиционных производителей алмазов будет происходить за счет Намибии, ЮАР, Ботсваны, Австралии и компаний, работающих на их территориях, в первую очередь De Beers и Rio-Tinto, что ослабит позиции Великобритании и Бельгии в качестве мировых алмазных торговых центров.

Гранильная отрасль. Наблюдаемая сегодня миграция производства из традиционных центров огранки (развитые страны) в новые (развивающиеся страны) с невысокой стоимостью труда приведет к увеличению доли Индии, Китая, стран ЮВА в мировом производстве бриллиантов, усиливая, таким образом, территориальный разрыв между местом производства бриллиантов и местом их потребления. В свою очередь, возникающее доминирование так называемого «индийского товара» и постоянно увеличение его доли способно девальвировать ценность алмаза/бриллианта, сделав его общедоступным. В результате бриллиант может превратиться в рядовой ювелирный товар, не обладающий тезаврационными свойствами.

Ювелирная отрасль. В такой ситуации ювелирным изделиям с бриллиантами выдержать конкуренцию с другими предметами роскоши, имеющими реальные практические функции (автомобили, одежда, бытовая техника, путешествия и т.д.) будет крайне сложно, что может привести к обвалу цен на ювелирные изделия с

бриллиантами и, соответственно, снижению прибыли как у ювелиров, так и у огранщиков. Именно поэтому алмазные и гранильные компании будут уделять более значительное внимание маркетинговым стратегиям, направленным на продвижение конечного товара, особенно процессу брэндирования, способствующему укреплению цен. В связи с этим по-прежнему наиболее важными потребителями продукции будут оставаться рынки стран с развитыми потребительскими свойствами – США, Япония, ЕС. Постепенно к ним будут подключаться страны, обладающие высокими темпами социально-экономического развития в сочетании с существенной потенциальной емкостью внутреннего рынка – Китай, Индия, Россия. Более того, получит дальнейшее развитие туристическое потребление ювелирных изделий с бриллиантами, ранее не характерное для АБК – ОАЭ, Таиланд, Индия, территория Тайвань и т.д.

В перспективном сценарии развития мирового АБК необходимо учитывать следствие, которое может возникнуть в результате современной меркантилистской политики африканских алмазодобывающих стран (ЮАР, Ботсвана, Намибия, Ангола), направленной на создание национальных гранильной и ювелирной отраслей на базе собственной алмазодобычи. Если этим проектам суждено осуществиться в полной мере, развитие гранильной отрасли сместится в сторону африканского континента, что изменит в принципе региональную структуру гранильной отрасли. Однако есть ряд аспектов, которые не позволяют сделать вывод о неизбежности развития такого сценария. В первую очередь, это высокая себестоимость производства бриллиантов в данных странах при невысоком качестве труда. Это обстоятельство не дает им конкурентных преимуществ ни по сравнению со странами с дешевой рабочей силой – Китаем, Индией, странами ЮВА (78% современного мирового производства бриллиантов), ни по сравнению со странами с дорогой, но профессиональной рабочей силой – Бельгией, Россией, Израилем (22% современного мирового производства). Единственное, что можно прогнозировать с определенной уверенностью в связи с рассматриваемой ситуацией, – смещение торговых функций в алмазной отрасли из традиционных старых центров в новые – в данном случае это африканские страны.

Основные положения диссертации изложены в следующих работах автора

Монографии и учебные пособия

1. Региональные особенности мировой экономики. – Смоленск: Маджента, 2003. – 152 с.
2. Международные ювелирные выставки – 2004. - Смоленск: Маджента, 2005. – 160 с.; цв. илл. 4,5 п.л.
3. Международное разделение труда в алмазно-бриллиантовом комплексе. – Смоленск: Универсум, 2008. – 350 с.

Статьи

4. Тенденции развития региональных алмазно-бриллиантовых рынков мира // РДМК – 2003: Документы и материалы. Шестая Международная деловая конференция «Российский рынок драгоценных металлов и драгоценных камней: состояние и перспективы». - М.: АСМИ (Академия средств массовой информации), РДМК, 2003. – С.115–125.
5. Аукционы как механизм торговли бриллиантами на мировом рынке // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 5. – С. 88-96.
6. Место выставочного движения в продвижении бриллиантов на мировом рынке // Русский ювелир. – 2004. – №6. – С. 15–22.
7. Состояние и тенденции развития алмазно-бриллиантового комплекса мира // Драгоценные металлы. Драгоценные камни. – 2004. – №8. – С. 102–113.
8. Состояние мирового алмазно-бриллиантового комплекса // РДМК – 2004: Документы и материалы. Седьмая Международная конференция «Российский рынок драгоценных металлов и драгоценных камней: состояние и перспективы. - М.: АСМИ (Академия средств массовой информации), РДМК, 2004. – С.168–175.
9. Алмазно-бриллиантовый комплекс мира // География в школе. – 2004. – № 7. – С. 22–29.
10. Алмазно-бриллиантовый комплекс России // Региональные исследования. – 2004. – № 2. – С. 3–16.
11. Международные ювелирные выставки как механизм продвижения бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами на мировом рынке // Драгоценные металлы. Драгоценные камни. – 2004. – №10. – С. 84–96.
12. Региональные особенности деятельности международных ювелирных выставок по продвижению бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами на мировом рынке // Русский ювелир. – 2004. – №7. – С. 33 – 35.
13. Вопросы типологии стран мира по их месту в алмазно-бриллиантовом комплексе // Развитие социально-экономического потенциала региона: проблемы и решения: сборник научных статей по экономическим и методологическим проблемам развития: мир, страна, регион. – Смоленск: Маджента, 2005. – С. 316–323.
14. Региональные особенности продвижения бриллиантов через ведущие аукционы мира // Развитие социально-экономического потенциала региона: проблемы и решения: сборник научных статей по экономическим и методологическим проблемам развития: мир, страна, регион. – Смоленск: Маджента, 2005. – С. 323–329.
15. Региональные особенности развития алмазно-бриллиантового комплекса мира // Вестник геммологии. – 2005. – №1(12). – С. 29–34.
16. Россия в мировой алмазной торговле // Ювелирное обозрение. – 2005. – №3. – С. 28–30.

17. Место России в международном ювелирном выставочном движении // Алмазы и золото России: Diamonds & Gold of Russia. – 2005. – №5 – С. 64–73.
18. «Алмазный трубопровод» – состояние и развитие (алмазодобыча) // Алмазы и золото России: Diamonds & Gold of Russia. – 2005. – №6 – С. 48–57.
19. Гранильная отрасль мира // Алмазы и золото России: Gold of Russia, December 2005/ January 2006. – С. 44–49.
20. Ювелирный рынок мира // Алмазы и золото России: Diamonds & Gold of Russia, December 2005/ January 2006. – С. 55–60.
21. Традиционные региональные АБК // Драгоценные металлы. Драгоценные камни. – 2005. – №7. – С. 36–53.
22. Растущие региональные АБК // Драгоценные металлы. Драгоценные камни. – 2005. – №8. – С. 48–59.
23. Место цветных бриллиантов в мировой аукционной торговле // Русский ювелир. – 2005. – №5. – С. 51–54.
24. Бесцветные бриллианты в мировой аукционной торговле // Русский ювелир. – 2005. – №6. – С. 67–72.
25. Международные ювелирные выставки как источник маркетинговой информации // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2005. – №5. – С. 43–52.
26. «Алмазный трубопровод» как метод анализа алмазно-бриллиантового рынка // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №4. – С. 3–15.
27. Территориальная организация мировой алмазной отрасли // География и природные ресурсы. – 2007. – №1. – С. 27–34.
28. Классификационные особенности стран мирового алмазно-бриллиантового комплекса // Известия РГО. – 2006. – т. 138. – Вып. 4. – С. 72 – 80.
29. Развитые страны в мировом АБК // Региональные исследования. – 2006. – №1. – С.37–49.
30. Развивающиеся страны в мировом АБК // Региональные исследования. – 2006. – №2. – С. 26–36.
31. Глобализация мировой экономики как фактор развития алмазно-бриллиантового комплекса // Драгоценные металлы. Драгоценные камни. – 2005. – №11. – С.101 – 116.
32. Сегментация мирового рынка бриллиантов: проблемы и реалии // Практический маркетинг. – 2006. – №1 (107). – С. 2–11.
33. Интегрированный подход к отраслевому анализу в мировом хозяйстве (на примере алмазно-бриллиантового комплекса) // Территориальная дифференциация и регионализация в современном мире: сборник научных статей. – Смоленск: Универсум, 2006. – С. 182–192.
34. Гранильные компании на свободном рынке алмазного сырья // Алмазы и золото России: Diamonds & Gold of Russia, – 2006. – №11 апрель. – С. 22–31.
35. Алмазы для русской огранки // Металлы Евразии. – 2006. – №3 – С. 54–56.

36. Транснациональные компании на мировом алмазно-бриллиантовом рынке // Ювелирное обозрение. – 2006. – №3. – С. 8–11; №4 – С. 12–13.
37. Ценовая политика на мировом алмазно-бриллиантовом рынке // Ювелирное обозрение. – 2006. – №4. – С. 16–18.
38. Уязвимые места алмазно-бриллиантового комплекса // Ювелирное обозрение. – 2006. – №11. – С. 10–13.
39. Изучение транснациональной деятельности компаний, как элемент отраслевого анализа (на примере алмазно-бриллиантового комплекса) // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 39–47.
40. Внешняя торговля алмазами России 2003-2006 г.г. // Алмазы и золото России 2007, №20 – С. 35–43.
41. Алмазный трубопровод России // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 3. – С.122–131.
42. Типологический подход в исследовании мирового алмазно-бриллиантового рынка // Практический маркетинг. – 2007. – №1. – С. 2–9.
43. Динамика цен на мировом рынке бриллиантов // Алмазы и золото России. – 2007. – № 19. – April/may. – С. 32–39.
44. Динамика цен на мировом рынке бриллиантов в XXI веке // Драгоценные металлы. Драгоценные камни. – 2007. – №5. – С. 89–93.
45. Международное разделение труда в алмазно-бриллиантовом комплексе: специализация и кооперирование // Региональные исследования. – 2007. – №2 (12). – С. 52–60.
46. Динамика цен на бриллианты: зимние тенденции // Ювелирное обозрение. – 2007. – №4. – С. 80.
47. Динамика цен на бриллианты: весенние тенденции // Ювелирное обозрение. – 2007. – № 5. – С. 82.
48. Динамика цен на бриллианты: летние тенденции // Ювелирное обозрение. – 2007. – № 6. – С. 81.
49. Динамика цен на бриллианты: осенние тенденции // Ювелирное обозрение. – 2007. – № 7. – С. 80.
50. Гранильная отрасль России // Региональные исследования. – 2008. – № 1. – С.41–47.
51. Международное разделение труда в алмазно-бриллиантовом комплексе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. Геогр. – 2008. – № 5 (в печати).
52. Diamond World Regional Markets Trends // Драгоценные металлы. Драгоценные камни. 2003 г., №11. – М.: Международная академия информатизации, 2003. – С. 98–109.
53. Russia: Diamonds Trade // Russian Diamonds & Jewellery 2005, January – March, P. 8–9.
54. Free Market Diamond Supply and Demand // Eurasian Metals. –2006, №1 – P.50–53.
55. Картина алмазного мира // Вестник АЛРОСА – 2004, №10 (99) (<http://www.alrosa.ru/press/vestnik>).
56. Алмазно-бриллиантовый комплекс. Проблемы развития // РосЮвелирЭксперт (<http://www.rjexpert/rjexpert/analytics/diamond.html> – 01.12.2006).

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА АЛМАЗНО-БРИЛЛИАНТОВОГО КОМПЛЕКСА

1.1. Отраслевая структура алмазно-бриллиантового комплекса

1.2. Алмазная отрасль

- 1.2.1. Запасы алмазов
- 1.2.2. Добыча алмазов
- 1.2.3. Торговля алмазами
- 1.2.4. Тенденции развития отрасли

1.3. Гранильная отрасль

- 1.3.1. Производство бриллиантов
- 1.3.2. Торговля бриллиантами на рынке b2b
- 1.3.3. Торговля бриллиантами на рынке b2c
- 1.3.4. Тенденции развития отрасли

1.4. Ювелирная отрасль

- 1.4.1. Производство ювелирных изделий
- 1.4.2. Торговля ювелирными изделиями

ГЛАВА 2. РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА АЛМАЗНО-БРИЛЛИАНТОВОГО КОМПЛЕКСА

2.1. Типологические и классификационные признаки стран, участвующих в деятельности мирового алмазно-бриллиантового комплекса

- 2.1.1. Отраслевая классификация стран
- 2.1.2. Классификация стран по времени формирования АБК
- 2.1.3. Социально-экономическая классификация стран
- 2.1.4. Региональная классификация стран

2.2. Алмазно-бриллиантовый комплекс России

- 2.2.1. Алмазная отрасль
- 2.2.2. Гранильная отрасль
- 2.2.3. Ювелирная отрасль
- 2.2.4. Государственное регулирование

ГЛАВА 3. МЕЖДУНАРОДНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА В АЛМАЗНО-БРИЛЛИАНТОВОМ КОМПЛЕКСЕ

3.1. Факторы, влияющие на формирование международного разделения труда

- 3.1.1. Факторы, влияющие на международное разделение труда в алмазно-бриллиантовом комплексе
- 3.1.2. Глобализация мировой экономики как фактор развития алмазно-бриллиантового комплекса

3.2. Модели развития международного разделения труда в алмазно-бриллиантовом комплексе

3.3. Виды международного разделения труда в алмазно-бриллиантовом комплексе

3.4. Показатели, отражающие особенности участия стран в формировании международного разделения труда в алмазно-бриллиантовом комплексе

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЯ

ТОМ 2. ПРИЛОЖЕНИЯ

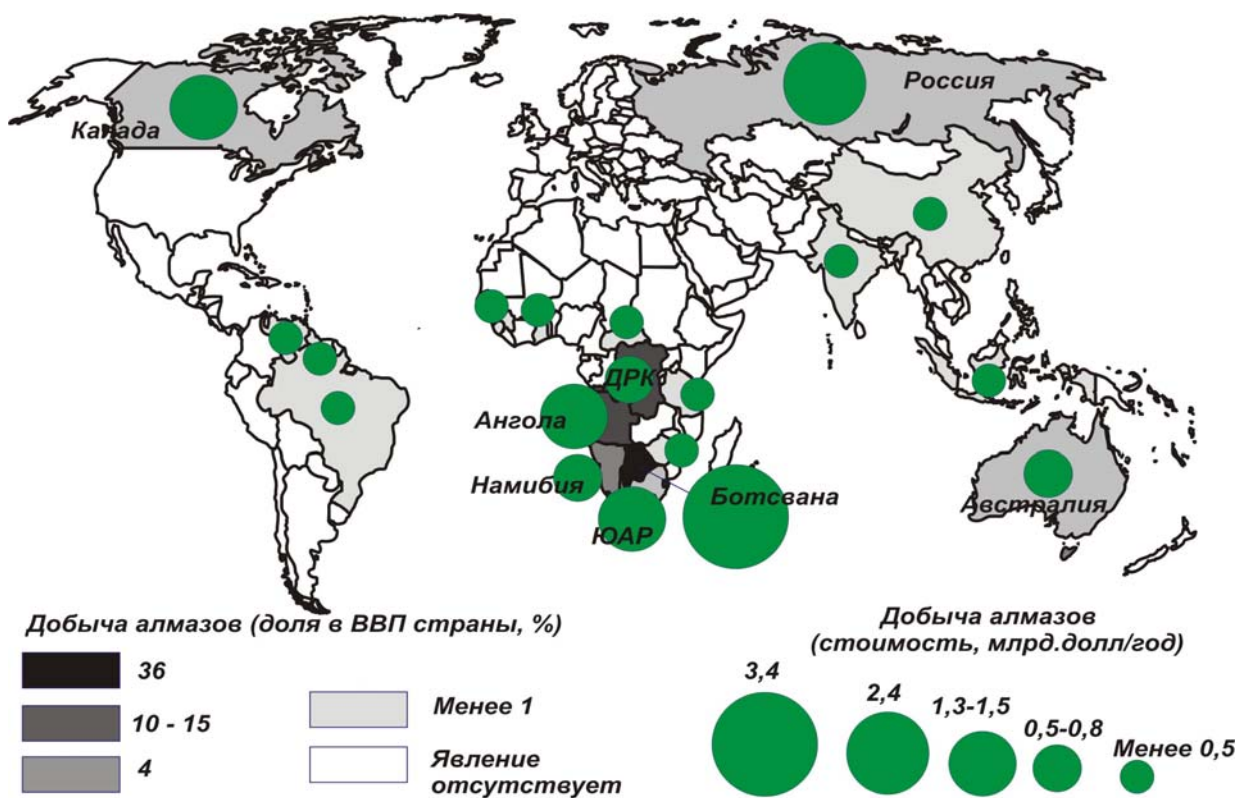


Рис.2. Мировая алмазодобыча, 2006 г.

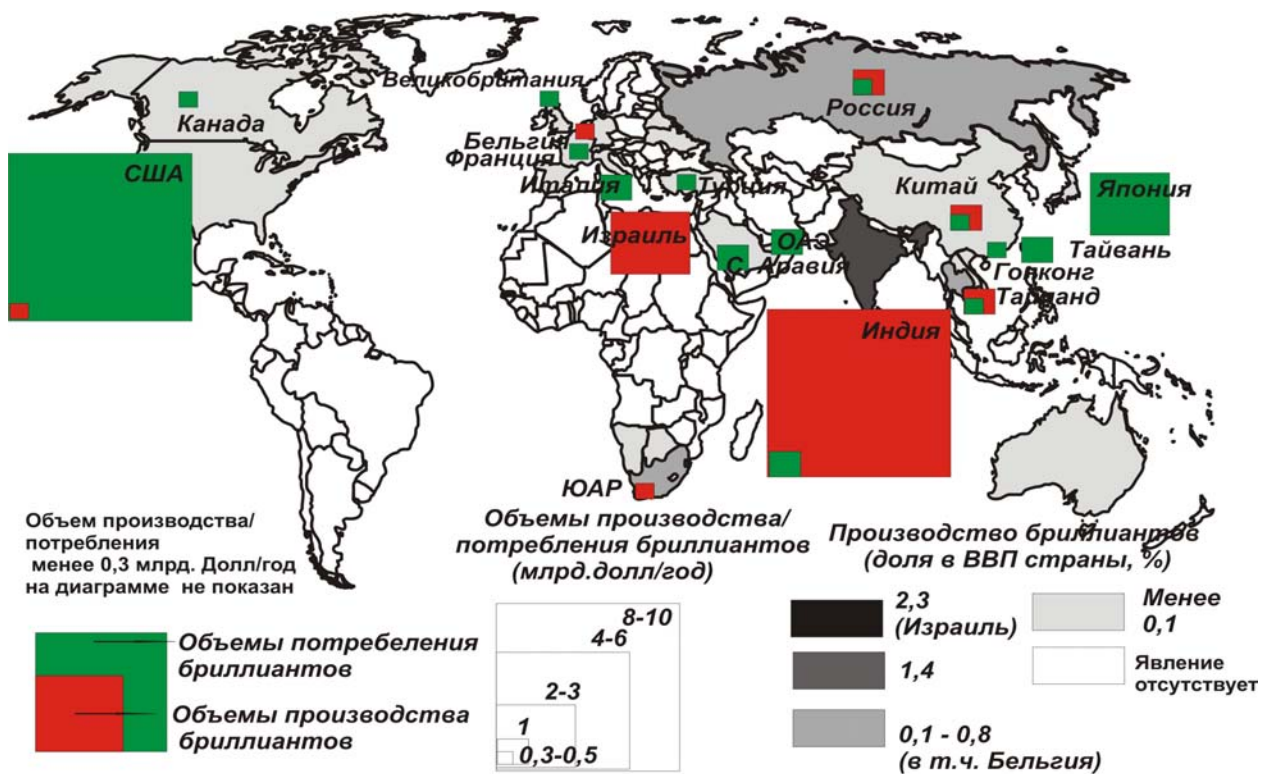


Рис. 3. Гранильная отрасль мира, 2005 г.

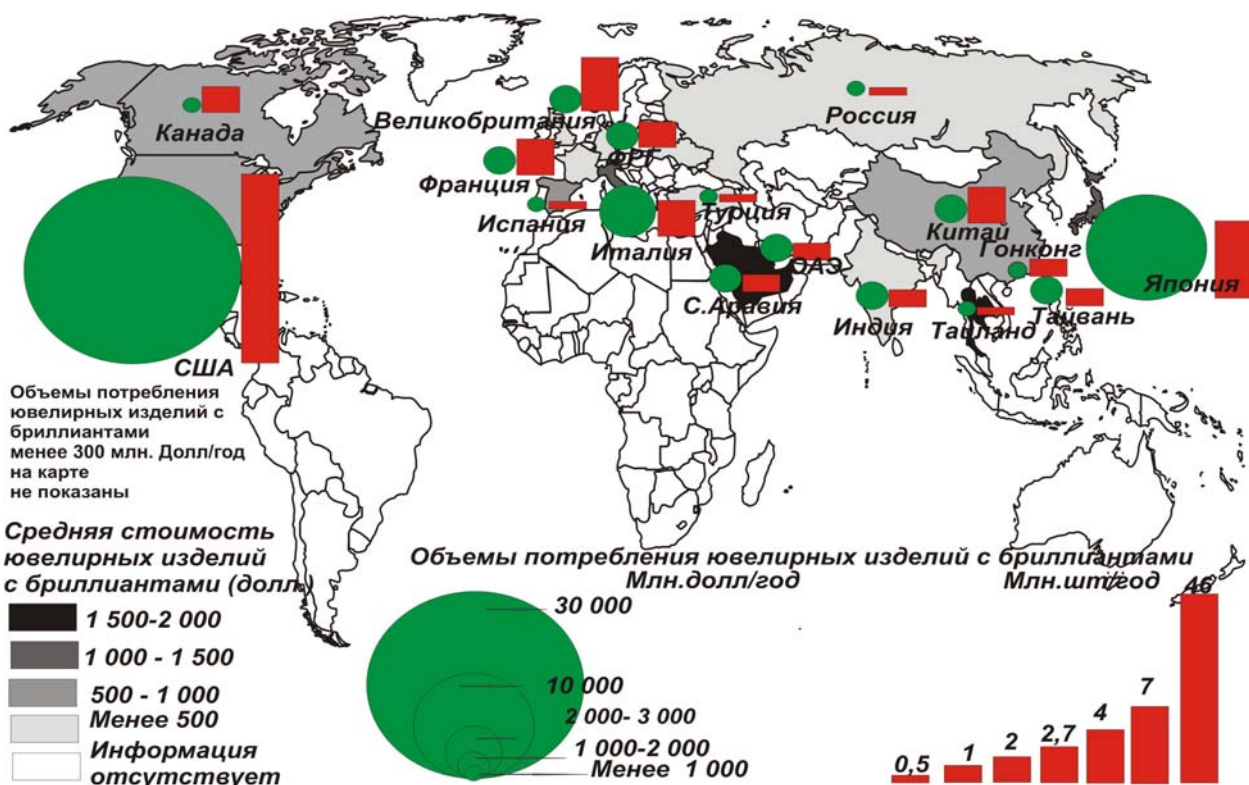


Рис. 4. Региональные особенности потребления ювелирных изделий с бриллиантами, 2005 г.

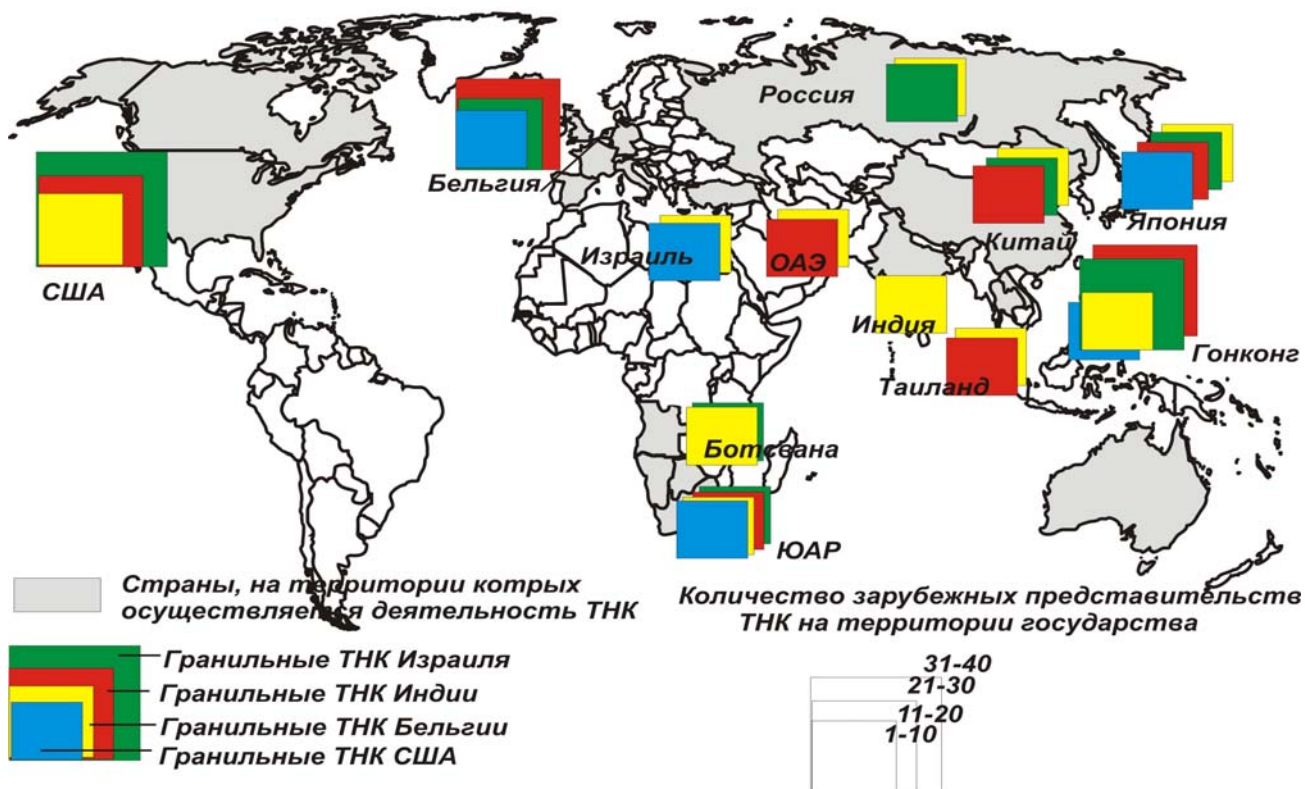


Рис. 5. География деятельности транснациональных компаний в гранильной отрасли

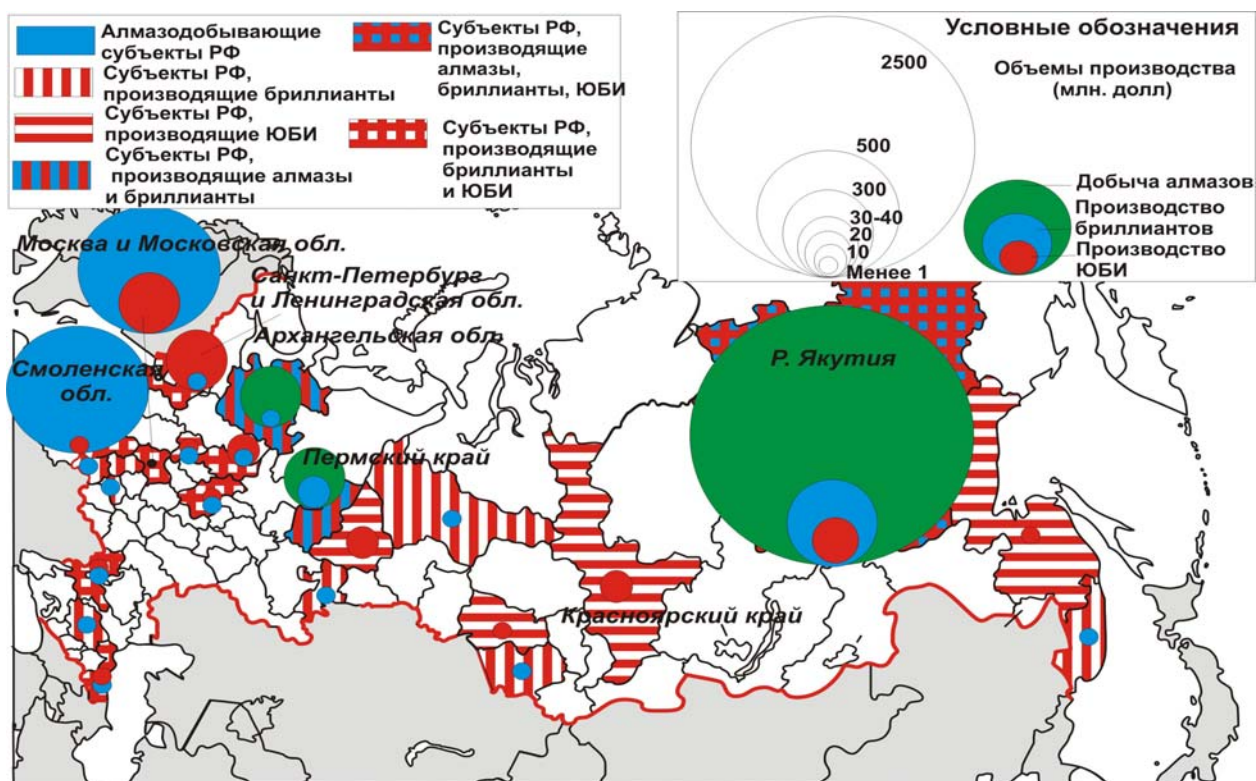


Рис. 6. Типология субъектов РФ по особенностям их участия в деятельности алмазно-бриллиантового комплекса

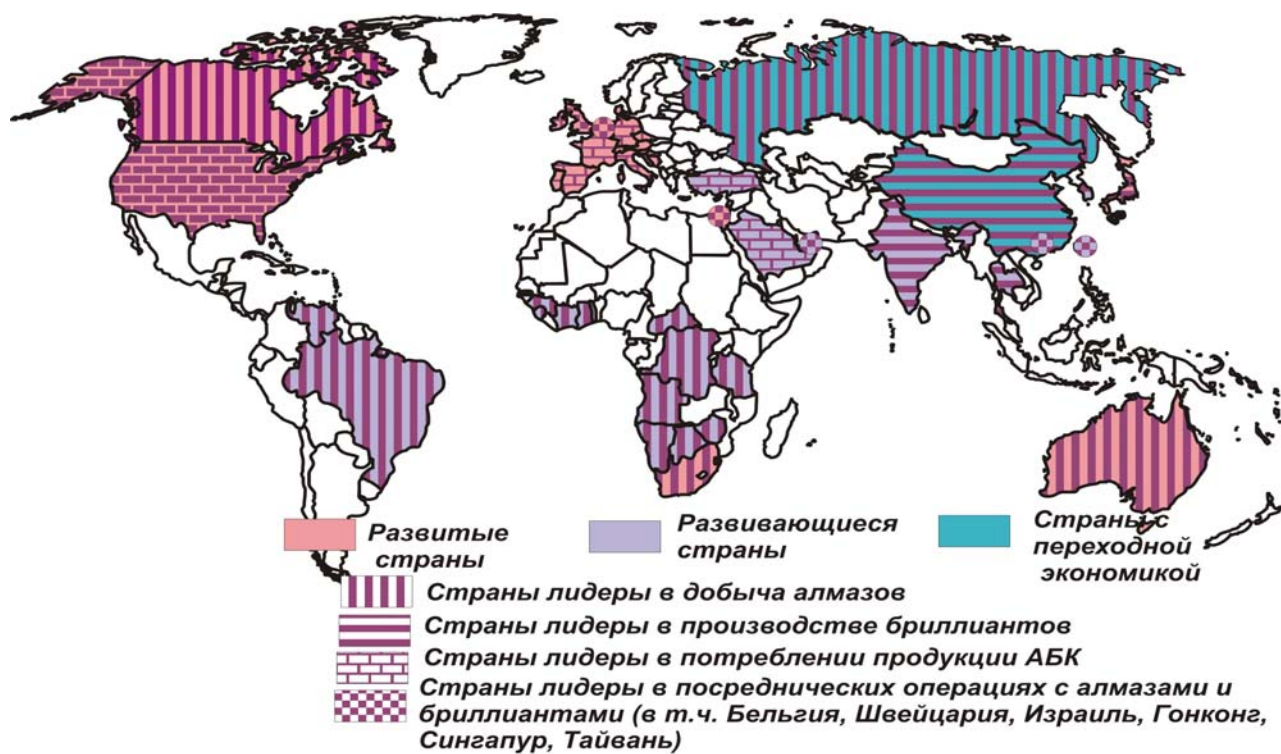


Рис. 7. Социально-экономическая типология стран по их месту в алмазно-бриллиантовом комплексе

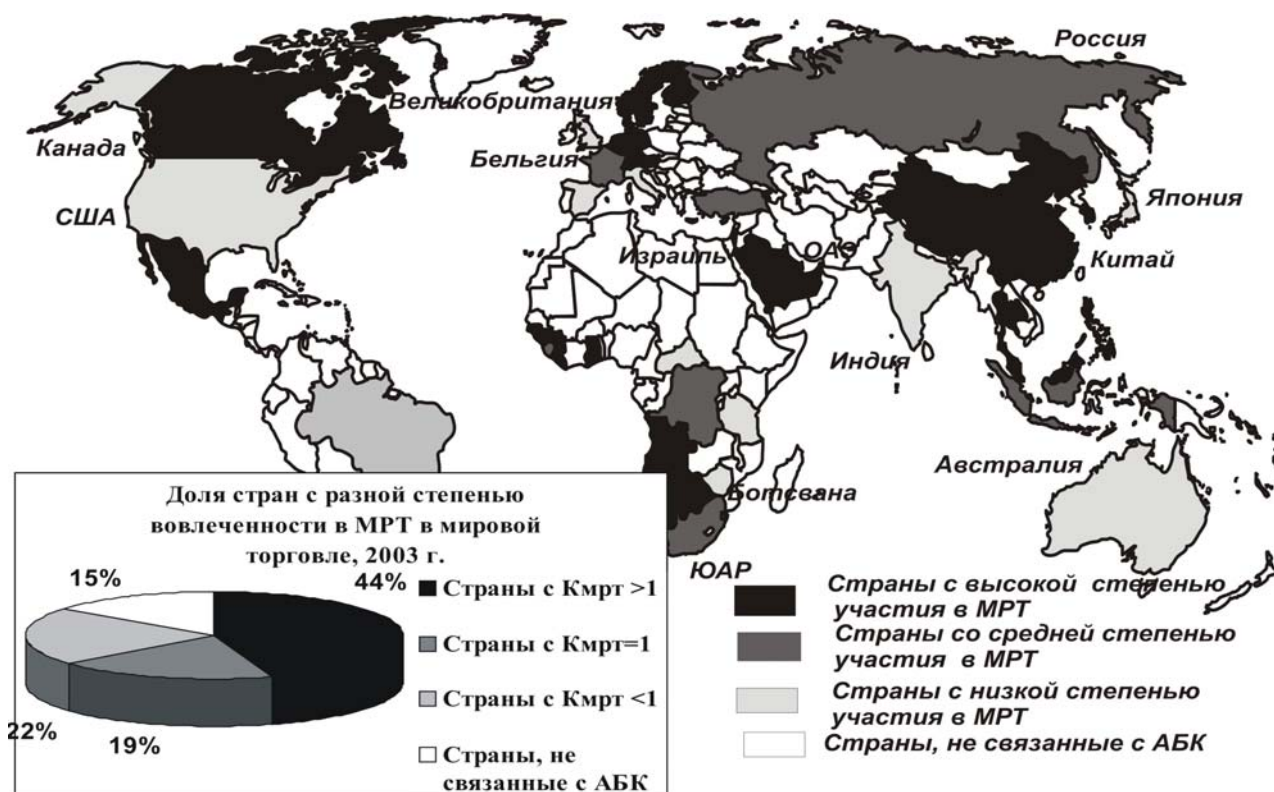


Рис. 8. Классификация стран, вовлеченных в деятельность АБК по степени их участия в МРТ (на основе коэффициента $K_{мрт}$)

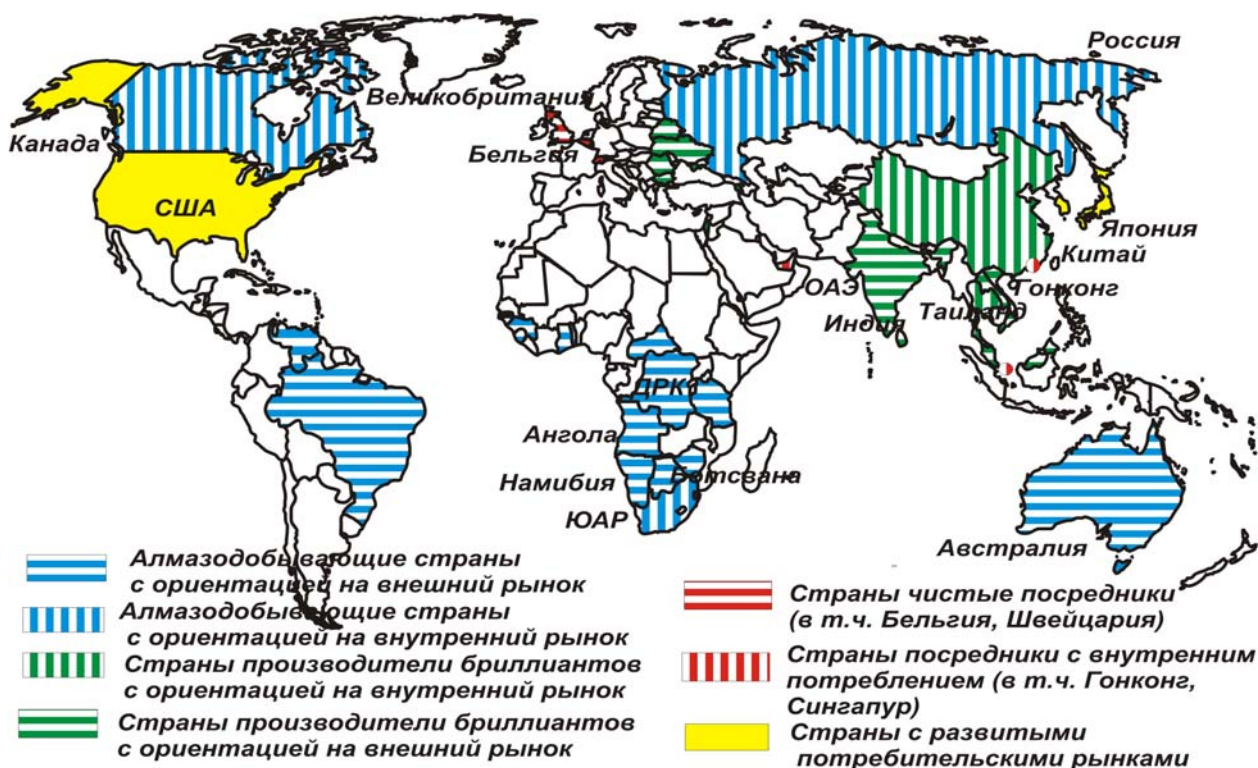


Рис. 9. Типология стран по особенностям участия в МРТ в АБК (на основе индекса RCA)