# СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА I. Теоретические аспекты функционирования аукционов

ГЛАВА II. Зарубежный опыт создания и развития аукционов

ГЛАВА III. Аукционы в России: тенденции и перспективы

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы связана с тем, что многие товары на мировом рынке продаются и покупаются с помощью именно этой формы торговли. Кроме того, в составе *российского* экспорта присутствует определённая доля продукции, реализуемой на аукционах (пушнина, алмазы и др.); а также продукция (кофе, хлопок, сахар и т.д.), которая в виде сельскохозяйственного сырья активно импортируется в страну. В то же время Россия является крупным импортером таких аукционных товаров, как табак, чай, пряности и т.п.

Целью данной курсовой работы является изучение аукционной торговли на международном уровне. Для достижения этой цели автором поставлены следующие задачи:

* Изучить понятия, связанные с термином *аукцион*, его виды, а также особенности осуществления данного вида торгов;
* Изучить аукционы на примере всемирно известных аукционных домов, а также Интернет аукциона;
* Рассмотреть особенности аукционной торговли в России на примере пушного аукциона и аукциона алмазов.

Объектом исследования данной курсовой работы является международная торговля.

Предметом исследования являются современные тенденции развития аукционных торгов и их значение в мировой торговле.

Структура следующая. Данная курсовая работа состоит из трёх глав. Первая глава посвящена знакомству с понятием аукцион. Она состоит из двух параграфов. В первом параграфе даётся определение термину аукцион, а также терминам, используемым при таком виде торговли (аукционер, лот и др.); рассматриваются виды аукционов. Одному из этих видов – Интернет аукционам – посвящён весь второй параграф, т.к., по мнению автора, они являются достаточно интересным явлением, новым словом в аукционных торгах.

Во второй главев каждом из трёх параграфов рассмотренысамые известные аукционы мира "Сотбис", "Кристис" и Интернет аукцион "eBay".

Третья глава посвящена самым крупным аукционам России – Пушному аукциону в Санкт-Петербурге и Алмазному аукциону АК "АЛРОСА".

На последних страницах даются приложения с интересными фактами о некоторых аукционах, а также расширенная классификация видов.

Методы исследования: статистический, описательный, метод сравнения.

При написании данной курсовой работы были использованы статьи официальных сайтов аукционных домов, сайты энциклопедий, словарей, электронных журналов, а также периодических печатных изданий. Теоретическая часть материала взята из учебника Фомичева В.И. "Международная торговля". В учебнике рассматривается одна из важнейших форм международных экономических отношений — международная торговля товарами и услугами в различных ее аспектах: теория, географическая и товарная структура, внешнеторговая и международная торговая политика, организация внешнеторговых операций. Для определения понятий, связанных с сетью Интернет, была использована книга Леонтьева В.П. "Новейшая энциклопедия персонального компьютера 2006". История и современная деятельность известных аукционов взята с официальных сайтов компаний "Сотбис", "Кристис" и АК "АЛРОСА", а также с электронных журналов "Эрмитаж" и "ЛюксМаг".

ГЛАВА I. Теоретические аспекты функционирования аукционов

Аукцион [от лат. auctio (auctionis)] - 1) публичная продажа имущества предприятий, ценных бумаг или произведений искусства без каких-либо заранее установленных условий; 2) способ продажи отдельных видов товаров в виде публичного торга, проводимого в заранее установленном месте и в заранее обозначенное время с правом предварительного осмотра товаров.

Другими словами "Аукцион" – способ продажи дефицитных вещей, основанный на конкуренции. Можно утверждать, что это чистейший рынок.

Считается, что аукционы существовали уже в Вавилоне в 5 в. до н.э.: на них продавали девушек в замужество. Понятие "аукцион" пришло к нам из древнего Рима. Античные торги проводились специальными людьми, которые назывались аукционерами. С распадом Римской империи аукционы исчезли, а затем вновь появились в Средневековой Европе: в 1254 году декрет, изданный королем Людовиком IX, учредил профессию аукционера. Исторически появление современного типа аукционов связывают с Нидерландами конца XVI - XVII веков, параллельно они получили еще большее распространение в Англии – родине крупнейших аукционных домов мира. [12]

Аукционы специализируются на сбыте реальных товаров со строго индивидуальными свойствами. Для того, чтобы понять процедуру проведения аукционов, необходимо ввести ряд *терминов*, используемых в данном способе ведения торгов:

* *Аукционер* - участник аукциона.
* *Аукционист* - лицо, проводящее аукцион.
* *Аукционный товар* - товар, продаваемый через аукцион, предназначенный для аукционной продажи.
* *Лот* - стандартная по количеству и качеству партия товара.

# На аукционах принятые от продавцов товары сортируются в зависимости от качества по партиям (лотам), из каждой партии отбирается образец, а лоту присваивается номер и стартовая (начальная) цена. Затем выпускается каталог, который рассылается потенциальным покупателям, прибывающим на аукцион заранее, чтобы осмотреть товар.

* *Партия товаров* - определенное количество однородного товара, выделенное для продажи, пересылки, отправки.
* *Стринги* - сходные по качеству лоты, сгруппированные в более крупные партии.

От каждого лота и стринга отбираются представительные образцы. Каждому лоту и стрингу присваиваются свои номера, которые указываются в издаваемых аукционами каталогах.

В международной торговле сложилась весьма ограниченная номенклатура товаров, продающихся с аукционов (например, пушнина, чай, овечья шерсть, цветы, каучук, кожа, антиквариат). Хотя фактически таким способом продавать можно все: землю, скот, вино, цветы, рыбу, автомашины, строительные подряды, акции. На аукционе www."eBay".com можно было однажды поторговаться за свидание с симпатичной женщиной, которая хотела погасить долги по кредитной карточке.

# Исторически сложилось, что ядром любого крупного аукциона являются живопись, графика и скульптура, которые традиционно разделяются на четыре условных периода:

# *старые мастера* (европейские художники XIV – XVIII века),

# *XIX век* (художники первой половины и середины XIX века, национальные школы),

# *импрессионисты и модернисты* (художники последних десятилетий XIX века и первой половины XX века),

# *современное искусство* (начиная с 1940-х годов и до наших дней). Применительно к России данная категория подразделяется ещё на две:

# официальное (соцреализм, суровый стиль т.д.)

# неофициальное (абстракция, концептуализм, русский вариант поп-арта, соц-арт и т.п.), часто находившееся в русле общемировых тенденций своего времени.

Аукционы произведений искусства – это вторичный арт-рынок, то есть, они, как правило, продают уже то, что было куплено или унаследовано когда-либо кем-либо. Поэтому здесь едва ли не одним из самых определяющих факторов предварительной оценки картины (помимо общей моды, удельного веса автора в истории искусства, жанра, техники, редкости и сохранности) влияет *провенанс* (provenance) картины, т.е. история владения продаваемым предметом. Это своего рода "биография" картины – где, кем, когда сделана, когда была куплена, в каких коллекциях находилась, на каких выставках выставлялась. Интересный провенанс может повышать ценность. В случае с Россией существуют определенные сложности, поскольку провенанс многих картин не возможно установить в силу событий 1917 года. С этим связан и большой удельный вес подделок на рынке, которые дезориентируют покупателя и понижают желание покупать. [12]

Виды аукционов. Рассмотрим несколько видов аукционов по ряду признаков.

# Аукционы можно подразделить на *регулярные* и *нерегулярные*. Регулярные аукционы проводятся специальными аукционными фирмами в одном и том же месте один или несколько раз в год, чаще всего в традиционное для каждого аукциона время. Нерегулярные аукционы проводятся, когда возникает необходимость продажи товара, не полученного в установленное время со склада, либо товара, на который иным способом не удалось найти покупателя.

# Торги на аукционах проводятся либо *с повышением цены* *("английский аукцион" - English auction, Buoyant auction),* либо *с понижением* *("голландский аукцион" - Dutch auction, Downward auction, Auction of minimum price).* Аукционный торг с повышением цены может проводиться *"с голоса"* или *с помощью жестов*. В первом случае аукционист объявляет номер лота и называет начальную цену, спрашивая: "Кто больше?". Покупатели повышают цену на величину не ниже минимальной надбавки (0,01—0,025% первоначальной цены). Если очередное повышение цены не предлагается, то после троекратного вопроса: "Кто больше?" — лот считается проданным тому, кто назвал последнюю цену.

# При *негласном* торге покупатели подают аукционисту знаки о согласии повысить цену на заранее установленную надбавку. Аукционист, объявляя новую цену, не называет покупателя.

# На аукционе с понижением цены аукционист понижает цену на заранее установленные скидки. Лот приобретает покупатель, который первым скажет "да". [7, с. 92-93]

По характеру продаваемого товара можно выделить *три основных вида* аукционов:

* *Товарный аукцион -* на котором продаются произведения искусства, ювелирные изделия, меха, а также уникальные товары, пользующиеся повышенным спросом.
* *Аукцион ценных бумаг -* купля-продажа акций, облигаций и др.
* *Валютный аукцион -* на котором за национальную валюту продается иностранная конвертируемая валюта.

Но автора интересуют только товарные аукционы. Именно этот вид аукционов и будет рассматриваться далее.

Более обширная классификация даётся в Приложении 1.

В практике аукционных торгов существует такое понятие как международный аукцион (International auction). В международной торговле аукционными товарами выступают пушнина, немытая шерсть, щетина, табак, чай, некоторые пряности, предметы антиквариата, скаковые лошади и т.д. Общим условием всех международных аукционов является отсутствие ответственности продавца за качество выставленного для осмотра товара. На некоторых международных аукционах устанавливается право покупателя поручать (за особую плату) администрации аукциона отправку товаров в указанное покупателем место. Примеры товаров, продаваемых на международных аукционах, и центры их продаж даны в Приложении 2.

Наибольшее распространение в российской экономике получили аукционы по продаже предприятий в процессе приватизации, специализированные аукционы по продаже акций приватизированных предприятий, преобразованных в акционерные общества, и по продаже имущества предприятий-банкротов для осуществления расчётов с кредиторами.

Интернет-аукцион (он же "онлайновый аукцион") — аукцион, проводящийся посредством Интернета. В отличие от обычных аукционов, Интернет-аукционы проводятся на расстоянии (дистанционно) и в них можно участвовать не находясь в определённом месте проведения, делая ставки через Интернет-сайт или компьютерную программу аукциона. Момент окончания Интернет-аукциона, в отличие от традиционных аукционов, заранее назначается самим продавцом при постановке товара на торги. В обычных же аукционах борьба идет до тех пор, пока повышаются аукционные ставки. По окончании Интернет-аукциона покупатель должен перевести деньги продавцу по безналичному расчёту (реже — наличными, например — при получении товара лично), а продавец обязан выслать товар покупателю по почте, нередко в любую точку страны проведения или всего мира. Границы возможной пересылки товара указываются самим продавцом заранее.

# Самый крупный Интернет-аукцион в мире является "eBay", основанный в 1995 году и имеющий оборот в несколько миллионов сделок в день. Подробнее этот аукцион будет рассмотрен в третьей главе. В России большой популярностью пользуется аукцион Molotok.ru, на Украине — AUCTION.ua.

# В последнее время наблюдается тенденция подключения дополнительных решений электронной коммерции. В аукционные системы добавляются платёжные системы и решения по авторизации пользователей.

# Совсем недавно на поле Интернет-аукционов России начали появляться "Скандинавские аукционы" - это онлайн аукционы предлагающие покупателям товары по низким ценам (10-20% их реальной рыночной стоимости). На рынке России такие аукционы, явление достаточно новое, в отличие от Европы. В Великобритании большой популярность пользуется аукцион Swoopo.co.uk в прошлом более известный как Telebid.com. В Финляндии популярен аукцион Fiksuhuuto.fi, в Эстонии Sendioksjon.ee.

# Большой популярностью среди Интернет пользователей пользуются Интернет аукционы, в которых ставку можно сделать посредством SMS-сообщения с сотового телефона. Появление такого типа аукционов произвело сенсацию в среде Интернет-блоггеров. В Интернете существуют как противники такого типа аукционов, утверждающие, что тут используются так называемые боты (псевдоигроки), которые не позволяют выиграть ЛОТ, пока стоимость разыгрываемой вещи не будет окуплена ставками, так и защитники, допускающие, что хотя тут и могут использоваться бот-игроки, однако шансы выиграть дорогую вещь за 10% от стоимости очень велики.

# В блог-среде набирают популярность заметки и рассказы об удачных и неудачных участиях в аукционах, советы и стратегии, как правильно делать ставки, чтобы выиграть. В англоговорящем Интернете осуждения такого типа аукционов вскоре переросли в рекомендации, как выиграть на SMS-аукционах, вплоть до обсуждения наилучшего программного обеспечения для организации таких аукционов, обсуждения способов приема платежей и привлекательных игр для привлечения новых участников. [14]

Типы Интернет аукционов

Существуют 4 основных вида аукционов: прямой (английский), голландский (оптовый), янки (своей цены), и обратный.

*Прямой аукцион (английский).* Этот вид аукциона – самый распространенный (например www."eBay".com). Он проводится с гласными торгами и поднятием цены. Таким образом продаются уникальные товары, например, подержанные вещи, коллекционные предметы, вина и многое другое. Торги прекращаются, когда истекает срок аукциона, установленный продавцом (от 1 до 14 дней). Не всегда торги заканчиваются продажей. Если установлена резервная цена (минимальная цена, за которую владелец товара согласен его продать) и она не достигнута, то товар не продается. И, тем не менее, часто на таких аукционах азартные покупатели поднимают цену очень высоко.

*Обратный аукцион.* На обратных аукционах покупатели выставляют запросы на требуемые товары, а продавцы соревнуются, предлагая лучшую цену и условия (проводятся на сайтах www.Priceline.com и www.eWanted.com).

*Голландский аукцион.* Это оптовый аукцион, на котором продавец может выставлять много единиц товара одновременно (например www.ubid.com). Соответственно покупатели могут претендовать на покупку многих единиц товара. Все выигравшие покупатели платят только минимальную из выигравших цен. На голландском аукционе нельзя выставлять резервную цену.

*Аукцион янки (дискриминационный).* Главная особенность третьего типа аукционов – закрытые от других участников торги (в отличие от английского или голландского) и победитель, давший наивысшую цену, получает товар за ту цену, которую он назвал. Если товар единичный – победитель один. Но если выставлен лот из многих единиц товара, то выигрывает не только давший наивысшую цену, но и те, кто дал цену ниже. Из-за того, что не все победители платят одинаковую цену, такой аукцион называется "дискриминационным". На таком аукционе, если в лоте больше одной единицы товара, заявки сортируются, начиная от высшей цены к низшей, и товар распределяется в этом порядке, пока не кончится. Обычно каждый участник подает только одну заявку, поэтому подготовка к такому аукциону особенно важна. Закрытый аукцион состоит из двух фаз – период подачи заявок и фазы определения победителя, когда все заявки открываются, и определяется победитель (иногда победитель не объявляется).

*Аукционы приватные или VIP.* Обычно участвуют избранные, которым требуется специальная аккредитация. Ставка принимается в течение строго ограниченного времени, причем участник не имеет возможности узнать размер и количество ставок других участников. Участник имеет право сделать только одну ставку. [10]

Судя по сказанному выше, автор делает вывод, что тема аукциона как формы международной торговли достаточно сложна и интересна. Существует множество классификаций по видам реализуемых товаров, понижению/повышению стартовой цены и т.п. Что же касается Интернет аукционов, то они заслуживают отдельного внимания, т.к. являются новой формой международной торговли, стирающей границы пространства и времени между участниками.

# ГЛАВА II. Зарубежный опыт создания и развития аукционов

##

## Аукционный дом "Сотбис".

Фирма "Сотбис" (Sotheby’s) проводит свыше 350 аукционов в год, большая часть которых проходит в двух главных торговых залах — в Нью-Йорке и Лондоне. Остальные аукционы проводятся в зарубежных торговых залах — в Гонконге, Амстердаме, Женеве, Париже, Милане, Цюрихе, Мельбурне и Сингапуре. Аукцион имеет свои представительства в 29 странах мира, расположенных в 3 регионах: Европе (15), Азии (8), Америке (6).

Участие в аукционах "Сотбис" может принять любой, причем совершенно бесплатно. Приблизительно за 3-7 дней до начала торгов все лоты выставляются на всеобщее обозрение. Каталог любых торгов можно получить примерно за месяц до проведения аукциона. В них содержится описание каждого лота, сведения о его происхождении и экспонировании, ссылки на упоминания в специальной литературе и приблизительная стоимость.Участник (аукционер) может предложить цену за лот, выставленный на аукционе "Сотбис", лично посетив торги или подав заявку на заочное участие. В ряде случаев допускается принятие ставки от потенциального покупателя по телефону.

Аукционный дом "Сотбис" взимает комиссионные, так называемый процент покупателя. Комиссионные прибавляются к наивысшей цене, предложенной победителем аукциона (аукционная цена), и входят в общую стоимость покупки.

Для оплаты покупки "Сотбис" принимает чеки или переводы, кредитные карты Visa, MasterCard и American Express, а также наличные (с учетом некоторых ограничений). Получить свою покупку можно в торговом зале или по почте.

История аукционного дома. История "Сотбис", одного из старейших арт-аукционов в мире, началась в *1744 году в Лондоне*. Основатель фирмы, *Самуэль Бейкер*, изначально продавал с молотка *книги*. На раннем этапе деятельности через фирму прошли богатейшие библиотеки мира из коллекции выдающихся деятелей, в том числе библиотека Наполеона Бонапарта.

К концу Первой мировой войны аукционный дом "Сотбис" значительно расширил сферу деятельности и уже занимался торговлей другими раритетами, такими как гравюры, медали и монеты. Кроме того, фирма переехала в знаменитое здание на улице *Нью-Бонд-стрит*, которое и по сей день остается ее лондонской резиденцией. Переезд на эту фешенебельную улицу ознаменовал начало новой эры в истории "Сотбис" — наконец торговля картинами и другими произведениями искусства стала приносить значительно бόльшую прибыль в сравнении с оборотом на букинистическом рынке. Выход на более широкую торговую арену был хорошо продуманным ходом, при этом расчет делался на картины и рисунки старых мастеров. Благодаря смене профиля фирма добилась рекордного роста товарооборота в 60-е годы под руководством *Питера Уилсона*.

Именно Уилсон, пришедший в "Сотбис" в *1936 году*, вывел фирму на международный уровень. Он обеспечил фирме колоссальную прибыль от продаж картин *импрессионистов* и *модернистов*, пользовавшихся неслыханной популярностью. Пожалуй, самыми сенсационными и значительными за время пребывания Уилсона в руководстве фирмы стали торги, состоявшиеся в *1958* году и вошедшие в историю под названием *"Гольдшмидтовских торгов".* культурного масштаба в 1958 году и, пожалуй, самым захватывающим арт-аукционом века.

Главным образом благодаря интуиции Питера Уилсона "Сотбис" первым из аукционных домов признал перспективность торговли произведениями искусства на международном рынке. Именно поэтому в 1955 году компания открыла представительство в Нью-Йорке, а в 1964 году приняла еще более дальновидное решение о приобретении аукционной фирмы *"Парк-Бернет",* крупнейшего в США аукционного дома со специализацией на произведениях искусства. Включив в свой состав крупнейший американский аукционный дом, фирма "Сотбис" продолжала искать пути расширения своего влияния. Со временем представительства фирмы открылись по всему миру.

В начале 1980-х годов наступил период неопределенности на рынке и в корпоративном мире, а в *1983 году* аукционный дом "Сотбис" приобрел бизнесмен *А. Альфред Таубман* совместно с небольшой группой инвесторов. В то же время ряд блестящих аукционных продаж привел к оживлению на рынке произведений искусства. Оживление повлекло за собой серию аукционов в "Сотбис", которые навсегда оставили свой след в истории торгов, вызвав небывалый накал страстей, фантастические ставки и неослабное внимание общественности.

В конце 80-х возможности казались неограниченными. К тому времени цены возросли до такого уровня, что торги стали привлекать беспрецедентное внимание журналистов всего мира. Воодушевленное успехом аукционов, в *1988 году* руководство "Сотбис" решило во второй раз *преобразовать фирму в открытое акционерное общество*. В 1989 году выручка от продажи творений импрессионистов и модернистов в Нью-Йорке и Лондоне составила ни много ни мало 1,1 млрд. долларов США.

За годы экономического спада в начале 1990-х стало очевидно, что "Сотбис" удается правильно определять цикличность спроса на произведения искусства: период спада неизменно сменялся периодом стабилизации. Удивительно, но за последующие десять лет фирма "Сотбис" лишь увеличила свою долю на рынке. В 90-е годы обе штаб-квартиры фирмы, в Лондоне и Нью-Йорке, значительно расширили свою территорию. Так, в Лондоне в 2001 году в дополнение к отделению "Сотбис" на Нью-Бонд-стрит открылся филиал в *Олимпии*. Отделение "Сотбис" в Нью-Йорке также расширило свои владения. Весной 2000-го года площадь штаб-квартиры на Йорк-авеню *увеличилась на шесть этажей*, таким образом в нью-йоркском офисе появилось помещение для складов, а специальные отделы получили помещение для выставочных залов. Венчала эти приобретения великолепная галерея на десятом этаже, получившая высокую оценку как "один из наиболее значительных выставочных залов в Нью-Йорке… обстановке которого позавидует практически любой музей города".

В *2000 году* "Сотбис" первым из международных аукционных домов провел *аукцион в Интернете*. Кроме того, благодаря услуге "eBay" Live Auctions через Интернет стали доступны традиционные аукционы "Сотбис". И хотя веб-сайт "Сотбис" уже не проводит аукционов, он по-прежнему остается полезным источником информации и новостей о деятельности аукционного дома "Сотбис" во всем мире.

Расширяя свою инфраструктуру и открывая возможности киберпространства, "Сотбис" всегда применяет новаторский подход и чутко следит за потребностями своей постоянно растущей международной клиентуры. По мере того, как развиваются потребности и вкусы клиентов, его непревзойденная гибкость и упор на профессионализм и высококачественное обслуживание клиентов остаются маркой "Сотбис" и в 21-м веке.

Прочая деятельность "Сотбис". Кроме проведения торгов по продаже произведений искусств и других товаров, "Сотбис" также занимается и другими видами деятельности.

*Имущественная оценка.* Помимо определения стоимости, выполняемого до продажи имущества, "Сотбис" может произвести имущественную оценку, необходимую для страхования, налогового и имущественного планирования, благотворительных взносов или получения ссуды под залог.

Стоимость оценки зависит от количества и вида имущества, а также от числа задействованных специалистов. Готовая имущественная оценка включает в себя детальное описание имущества и список ценностей в переплетенном документе. Имущественная оценка, выполненная специалистами фирмы "Сотбис", признается государственными налоговыми органами, специалистами по налоговому и имущественному планированию и страховыми фирмами в стране клиента.

*Институт искусств "Сотбис"* — это учебное заведение аукционного дома, предлагающее широкий выбор программ в Европе, Северной Америке и Гонконге. В программах и курсах института представлены все аспекты западного и восточного изобразительного и декоративно-прикладного искусства. Студенты института "Сотбис" — это и начинающие искусствоведы, и профессионалы на рынке искусства, и просто те, кто хочет расширить свои знания изобразительного и декоративно-прикладного искусства. В настоящий момент все курсы ведутся на английском языке.

*Недвижимость*. Агентство недвижимости *Sotheby’s International Realty* — это мировой лидер среди брокерских агентств по продаже элитной недвижимости. Компания была основана в 1976 году как агентство недвижимости для клиентов аукционного дома "Сотбис" и с тех пор превратилась во всемирную организацию по продаже изысканной недвижимости в любой ценовой категории в Америке и по всему миру. Агентство Sotheby’s Realty обладает явными достоинствами, которыми не может похвастаться ни один конкурент:

* Сеть представительств по всему миру, действующих как на местном, так и на мировом рынке.
* Команда агентов с глубоким знанием наиболее привлекательных рынков жилья и курортных объектов.
* Веб-сайт со списком предложений недвижимости по всему миру.

*Ссуды под залог произведений искусства.* Финансовая служба "Сотбис" помогает клиентам заработать на своей коллекции, используя произведения искусства как залог при получении ссуды. Знание рынка искусства и опыт в решении проблем финансирования обеспечивают клиентам гибкие условия получения ссуды — с надежным сервисом, быстрым оборотом капитала и глобальными возможностями. После доказательства права собственности и оценки стоимости экспертами "Сотбис", фирма в большинстве случаев может выделить средства в течение нескольких дней. [15]

## Аукционный дом "Кристис".

Аукционный дом "Кристис" (Christie's) относится к числу наиболее уважаемых организаторов торгов. Совместно с аукционным домом "Сотбис" он занимает *90% мирового рынка аукционных продаж* антиквариата и предметов искусства. Его ежегодный оборот составляет *1,5-2 млрд. долларов.* Его представительства расположены на территории 33 государств, находящихся в 4 регионах мира: Европе (17), Азии (9), Америке (7), Австралии (1).

На сегодняшний день "Кристис" предлагает своим многочисленным клиентам работы мастеров, чьи картины украшают экспозиции многих музеев мира, а также редкие книги, автомобили, сигары, коллекционные вина и другие ценности. "Кристис" - это элитный аукционный дом, а потому он весьма трепетно относится к своей репутации. Все лоты обеспечиваются оценкой экспертов, поэтому и количество скандалов, связанных с этим домом, минимально.

**История.** Свою блистательную историю аукционный дом "Кристис" начал в *1766 году*, когда *Джеймс Кристи* организовал первые торги. С самого начала у дома "Кристис" была установка на элитарность предприятия и стремление к лидерству, которой во многом определялось списком высокопоставленных клиентов. Золотое время в истории дома - XVIII и XIX столетия, когда прославленный "Кристис" проводил самые крупные торги того времени. Именно представители этого аукционного дома вели переговоры с императрицей Екатериной Великой о продаже *коллекции сэра Роберта Уорпола*, которая легла впоследствии в основу *экспозиции Эрмитажа*. [13]

На протяжении своей истории "Кристис" знал несколько поистине легендарных торгов. В *1848 году* аукцион в Stowe House по коллекциям герцога Бэкингема длился сорок дней. Было реализовано *6480 лотов*. О распродаже говорила вся цивилизованная Европа. Только очередные революции во Франции и в Германии могли сгладить, да и то ненадолго, в сознании общества впечатления от этой уникальной коллекции шедевров, отошедшей в большинстве своем в собственность нуворишей.

Несколько уникальных достижений было отмечено и *в конце XX века*. В *1987* году *президент Microsoft Билл Гейтс* приобрел *Codex Hammer*, *знаменитый проект Леонардо да Винчи*, за 30,8 миллиона долларов, и поставил таким образом ценовую планку для рукописей и других раритетов подобного рода. А в *1990-м* был установлен мировой рекорд по произведениям живописи и антиквариату. В апреле "*Портрет доктора Гаше*" кисти *Винсента Ван Гога* ушел в Нью-Йорке за 82,5 миллиона долларов, намного перекрыв все прежние результаты продаж живописи. На сегодня это самая дорогая картина в мире.

Аукционный ажиотаж продолжался. Спустя лишь месяц в *Лондоне* был продан за *8,58 миллиона фунтов кабинет Badminton*, который стал самым дорогим предметом мебели за всю историю человечества.

Пиковыми ценами были отмечены и последние сезоны аукционных продаж. В *1997-м* коллекция живописи Виктора и Салли Ганц, состоявшая из *58 произведений Пикассо, Раушенберга и Стелла*, ушла за *206 миллионов долларов* (рекорд для коллекций), а проданный в декабре 2000 года *"Портрет шестидесятидвухлетней дамы"* кисти *Рембрандта* дал наивысший результат для картин этого мастера (19,8 миллиона фунтов стерлингов).

На сессиях 2002 года лидерами продаж живописи стали Герхард Рихтер и Энди Уорхол (художники XIX в.). Особый интерес со стороны коллекционеров проявлялся и к скульптуре. На майских аукционах минималистская работа Дональда Джадда (1967 год) была продана за 4,6 миллиона долларов. [11]

## Интернет-аукцион "eBay".

История. История данного аукциона и его создателя весьма интересна, поэтому автор считает нужным осветить её в своей работе. Молодого создателя "eBay" звали Пьер Омидьяр. В университете он изучал программирование, а в 1991 году, окончив учебу, вместе с друзьями создал небольшую фирму Ink Development, которая спустя некоторое время была переименована в eShop. В 1996 году, когда Интернет уже начал развиваться в полную силу, фирму eShop купила ещё мало известная в то время корпорация Microsoft. Сам же Омидьяр еще во времена eShop работал программистом в компании General Magic.

Невеста Омидьяра Памела предавалась детскому увлечению — собирала коробочки из-под конфет Pez. В ее коллекции не хватало всего нескольких экземпляров, зато имелись излишки, которые она хотела обменять или продать. Чтобы помочь любимой, Омидьяр открыл *4 сентября 1995* в *Сан-Хосе* (*штат Калифорния*) специальный сайт и разместил на нем собственноручно написанную программу, которая позволяла продавать и покупать вещи в on-line. Хотя Интернет-торговля в то время уже не была новостью, но сайт Омидьяра имел одну существенную особенность: купля-продажа на нем происходила в форме аукциона. Это обстоятельство стало решающим. Любительский проект моментально приобрел популярность среди пользователей Сети. Первоначально проект Омидьяра назывался Auction Web и был некоммерческим. Однако уже спустя несколько месяцев провайдер предупредил Пьера, что трафик его сайта превосходит все мыслимые пределы, так что нужно либо платить на порядок больше, либо искать другой хостинг. Закрывать проект Омидьяр не хотел. И поэтому вместе со своим другом Джеффом Сколлом он решил перевести Auction Web на коммерческие рельсы, то есть брать с пользователей определенную плату за размещение лотов на аукционе и небольшие комиссионные по итогам сделки.

Итак, в мае 1996 года была зарегистрирована компания "eBay". Сегодняшнее название она обрела *в сентябре 1997*. Изначально Омидьяр хотел назвать сайт Echo Bay Technology Group, чтобы сохранить связь с его консалтинговой компанией Echo Bay Technology Group. Однако доменным именем EchoBay.com владела золотодобывающая компания Echo Bay Mines, и название было сокращено до "eBay".com.

Создатель установил для своей компании основные ценности, определяющие принципы работы аукциона и действующие по настоящее время:

* "В основном все люди добропорядочны"
* "Каждый может внести свой вклад"
* "В открытом общении люди проявляют свои лучшие качества"

Омидьяр и Сколл начали вести бизнес прямо из квартиры Пьера. Стремительные темпы роста (около 70% в месяц) вскоре заставили компаньонов переехать в настоящий офис. По мере роста и развития Интернет, у "eBay" росло число зарегистрированных пользователей и число проводимых аукционов. В 1998 году была зафиксирована 10-миллионная сделка; компания с большим отрывом опережала конкурентов. Пьер Омидьяр понял, что вскоре он уже не сможет сам эффективно управлять проектом. На смену программисту требовался профессиональный менеджер.

На поиски профессионального управляющего снарядили опытного специалиста по подбору персонала – Дэвида Берна. Тот после непродолжительных поисков сделал, на первый взгляд, довольно странный выбор. Мег Уитмен была классическим менеджером старой школы, окончившей Принстонский и Гарвардский университеты и работавшей во многих весьма известных компаниях. Она пользовалась огромным авторитетом в мире американского бизнеса, занимала на тот момент должность руководителя корпорации и отнюдь не собиралась менять место работы. Понятно, что предложение бросить все, чтобы перебраться в малопонятный мир Интернет-бизнеса, застало ее врасплох. И она ответила отказом. Но Дэвид Берн был настойчив и, в конце концов, уговорил ее встретиться с Пьером. Эта встреча все и решила. Омидьяр отошел от текущих дел и уехал во Францию, а Мег Уитмен, в свою очередь, заняла кресло главы "eBay".

Считается, что именно с приходом Мег Уитмен компания стала такой, какой она известна в настоящее время. Амбициозному менеджеру удалось относительно безболезненно совместить традиционные принципы ведения бизнеса и специфические особенности Интернет-компании. Не стало фатальным даже слабое знание технической стороны дела: она просто обратилась за помощью к главе компании Sun Скотту Макнили. Конечно, были и неудачи, и промахи, и финансовые потери — но, тем не менее, компания "eBay" прочно обосновалась на верхних строчках рейтинга NASDAQ Composite Index. Залогом успеха во многом стал сам принцип организации бизнеса, когда основная нагрузка ложится на сотни тысяч и даже миллионы пользователей, а сама компания только предоставляет необходимые инструменты для торговли. И чем больше разрастается Всемирная сеть, тем больше расширяется и бизнес "eBay". Компания и после 1998 года сохранила объемы роста порядка 70% в месяц не только благодаря менеджерскому гению Уитмен, но и из-за чисто экстенсивного фактора — роста Интернета в целом. Можно сказать, что компанию строят сами пользователи. Как призналась однажды Мег Уитмен, 75-85% всех новшеств внедряется по инициативе самих клиентов. В последующие годы "eBay" развилась от торговой площадки "С2С", носившей характер "блошиного рынка", до платформы "B2C" (значение данных кодов дано в Приложении 1), использующейся как физическими, так и юридическими лицами.

Долгое время компания пыталась создать собственную систему электронных платежей, однако не добившись успеха в этом деле, оставила его и летом 2002 года приобрела за $1,5 млрд специализирующуюся на онлайновых платежах компанию PayPal. Платежи между клиентами сразу стали проходить быстрее, оборот "eBay" увеличился.

Бизнес-модель. Основной идеей "eBay" является предоставление продавцам *Интернет-платформы* для продажи любых товаров. Сама фирма "eBay" выступает лишь в роли *посредника* при заключении договора купли-продажи между продавцом и покупателем. Оплата товара и его пересылка происходит *без участия "eBay"*. За использование платформы *продавцы платят* *взнос*, обычно складывающийся из сбора за выставление лота и процента от цены продажи. Для *покупателей использование "eBay" бесплатно*. Т. к. прибыль "eBay" напрямую зависит от объёмов продаж, совершённых с помощью этой платформы, на ней действуют достаточно либеральные условия. К продаже разрешены *любые товары и услуги*, не нарушающие законодательства той страны, в которой зарегистрирован соответствующий филиал "eBay" и не внесённые в чёрный список "eBay".

При продаже имеется возможность выбора одной из трёх моделей:

1. *Продажа с аукциона (англ. Online Auction)*

Это способ продажи, принёсший "eBay" успех. Продавец указывает стартовую цену лота, время начала торгов и их длительность. Все интересующиеся могут в любой момент поставить определённую ставку на этот лот, однако ставка может быть перебита другими потенциальными покупателями. Актуальные ставки доступны для просмотра в любой момент. Участник аукциона, чья ставка была самой крупной на момент его окончания, получает право на покупку товара. Окончательная цена покупки равна не максимальной ставке, а превышает вторую по величине ставку на одну валютную единицу (например, USD или евро).

1. *Продажа по твёрдой цене (англ. Fixed Price)*

Продавец предлагает свой товар по заранее указанной цене (Buy It Now) до определённого момента (конца торгов). Право на покупку получает участник торгов, согласившийся заплатить указанную цену. Допустимо комбинирование продажи по твёрдой цене с продажей с аукциона.

1. *Рекламное объявление (англ. Ad Format)*

Продавец создаёт бессрочное объявление, которое будет демонстрироваться в разделе веб-сайта "eBay", в котором размещаются только лоты данного продавца. В подобных разделах, называющихся "eBay" Shop, продавец может создавать объявления без указания срока окончания их действия. Дополнительно в этом разделе перечисляются товары данного продавца, продаваемые в настоящий момент с аукциона или по фиксированной цене.

Дополнительно "eBay" предлагает услуги, позволяющие облегчить заключение и выполнение договора. К ним относятся, в частности, VoIP-система Skype и система онлайн-платежей PayPal.

Текущая бизнес-стратегия компании — увеличение прибыли за счёт увеличения числа международных продаж. "eBay" в настоящий момент работает более чем в *20 странах*, включая Китай и Индию. Единственная страна, где "eBay" пока не удалось добиться успеха — это Япония, где на рынке онлайн-аукционов доминирует компания Yahoo.

Причины эффективности бизнес-модели "eBay":

1) Отсутствие географических барьеров — продавцы и покупатели могут участвовать в торгах на "eBay" из любой точки мира, достаточно иметь доступ к сети Интернет. Это увеличивает число продавцов/выставляемых лотов и количество покупателей/сделанных ставок.

2) Отсутствие языковых барьеров — участие в аукционной торговле возможно на различных языках. Многие страны имеют собственные, локальные филиалы аукциона, например Великобритания, Германия, Голландия, Испания, Австралия и этот список может быть продолжен.

3) Отсутствие временных рамок — ставки на товары на "eBay" можно делать 24 часа в сутки, 7 дней в неделю. Лоты, в свою очередь, могут быть выставлены на период до 10 дней — достаточный период для поиска, ознакомления и покупки.

4) Большое количество покупателей — посетители аукционов привлечены огромным ассортиментом разнообразных товаров, выставляемых по относительно низким ценам. Так же здесь можно найти редкие, коллекционные вещи, которые практически невозможно купить оффлайн.

5) Большое количество продавцов — низкие затраты на размещение товаров, огромная покупательская аудитория, простота использования сервисов аукциона "eBay" также привлекательны для продавцов. Более того продавцом может стать каждый участник.

6) Мультипликационный эффект модели — рост количества покупателей приводит к росту числа продавцов, рост числа продавцов стимулирует рост количества покупателей. Что и гарантирует развитие eBay.com во всём мире. Интересные сведения о деятельности Интернет-аукциона представлены в Приложении 3. [14]

В данной главе были рассмотрены три наиболее крупных аукциона мира. Два вышеописанных аукционных дома имеют каждый свою трёхсотлетнюю историю. Начиная с продажи книг и антиквариата, они развивались, расширяли свои территориальные границы, создавая собственные филиалы в разных странах. В настоящее время помимо своей основной деятельности аукционные дома занимаются и другими её видами. Ярким примером здесь является "Сотбис". Аукцион "eBay", несмотря на свою пока ещё небольшую историю, известен во всём мире.

ГЛАВА III. Аукционы в России: тенденции и перспективы

*Пушной аукцион в Санкт-Петербурге*

Для начала автор хочет коснуться особенностей рынка данного товара, прежде чем перейти к основной теме параграфа.

В мире существуют пять основных центров по аукционной продаже пушнины. Это: Kopenhagen Fur – Дания

Finnish Fur Sales - Финляндия NAFA - Канада

American Legend - США

Союзпушнина - Россия

Торговля пушниной традиционно относится к товарам, имеющим сложную специфику, и не обладает принципом однородности в силу ряда индивидуальных признаков шкурки (окраска, шелковистость волосяного покрова, размер и др.).

Оценка достоинств и недостатков определяется органолептически и носит субъективный характер. Аукционная форма продажи является также конъюнктурообразующим фактором, который наиболее правильно отражает изменение спроса и, уровень цен на пушнину. Преимущество аукционной формы продажи заключается в том, что проведение аукционов позволяет продавать значительное количество товаров в короткий период, определять спрос рынка в данный момент. Расписание аукционов на год устанавливает Международная пушная федерация (МПФ) по согласованию с аукционными компаниями мира. Покупатель предварительно осматривает товар, который впоследствии продается в процессе публичных торгов и переходит в собственность покупателя по согласованию с аукционистами, если покупатель предложит высшую цену.Конъюнктура рынка пушно-меховых товаров в каждом сезоне развивается по-разному. Наибольшую активность проявляют обычно фирмы США и стран Дальнего Востока. Тактика запродаж пушнины изменяется в зависимости от условий на международном рынке в различные периоды. Выбор места запродаж основан на конъюнктурных предпосылках в целях получения максимально достижимых цен. Уровень цен, устанавливаемый на *Санкт-Петербургском пушном аукционе*, оказывает существенное влияние на мировой рынок пушнины в течение длительного периода времени.

# Первый пушной аукцион был проведен более 300 лет тому назад. В настоящее время имеется несколько крупных международных аукционных центров в Санкт-Петербурге, Лондоне, Копенгагене, Хельсинки, Нью-Йорке, Монреале и Сиэтле. На международных пушных аукционах продается более 90% всей производимой в мире пушнины. При этом почти вся пушнина реализуется в сырье. Исключение составляет выделанный и крашеный каракуль.

# История. *24 октября 1931* года в Санкт-Петербурге было создано *Внешнеэкономическое* *объединение "Союзпушнина"*, монополизировавшее продажу русских мехов на мировом рынке. Для проведения аукционов на Московском проспекте было сооружено четырехэтажное здание (Дом пушнины) с цехами для сортировки и показа товаров и аукционным залом. Первый пушной аукцион состоялся в том же 1931 году, и с тех пор стал *одним из центров* *международной пушной торговли*. На аукцион прибыло 78 представителей 67 зарубежных фирм из 12 стран. На его торгах было продано 95% выставленных для реализации мехов по ценам, в среднем на 6-8% выше уровня цен лондонского аукциона, состоявшегося в феврале того же года.

Рекордным по сравнению с другими довоенными аукционами стал 12-й ленинградский пушной аукцион 1937 года. На этот аукцион приехали 189 представителей от 163 фирм из 15 стран.

В мае 1941 годаВО "Союзпушнина" сформировалось как *пушное меховое объединение*, в состав которого вошли *Московский пушно-меховой холодильник, каракулевые заводы* в Бухаре и Чарджоу, *пушно-меховые базы* в Люберцах, Вологде, Харькове, Ростове, Омске, Новосибирске, Красноярске и Владивостоке.

В годы Великой отечественной войны объединение продолжало свою деятельность и поставляло государственной казне около *40% валютной выручки.* "Союзпушнина" активно занималась реализацией пушно-меховых товаров за границу.

Первый послевоенный ленинградский пушной аукцион прошел *в июле 1947 года.* Активность основных покупателей была высока, и на торгах было продано свыше 80% выставленных пушно-меховых товаров.

В мае *1999 года ГУПВО* "ВО "Союзпушнина" было преобразовано в открытое акционерное общество "ВО "Союзпушнина", при этом часть государственного пакета акций "Союзпушнины" была продана*.* А через четыре года, в ноябре 2003 года, ОАО "ВО "Союзпушнина" было полностью приватизировано.

# Особенности деятельности аукциона. Ежегодно Санкт-Петербургский аукцион посещают до 700 покупателей из 25—30 стран. Помимо отечественной пушнины на комиссионных началах здесь продаются товары из Польши, Австралии, Великобритании, Канады и некоторых других стран.

# Приемка, экспортных товаров для крупных аукционов производится непосредственно в местах производства пушнины, в здании *Дворца пушнины* в Санкт-Петербурге, а также на пушно-меховых холодильниках и базах, где осуществляется их экспортная сортировка.

# Забой зверей начинается в конце октября — начале ноября в зависимости от созревания меха. Первичная обработка и сортировка шкурок являются ответственным периодом, который завершает годовой цикл в деятельности звероводческих хозяйств. В середине ноября специалисты выезжают в зверохозяйства для приемки экспортных товаров.

# В декабре в короткий срок производится приемка экспортных товаров не только для предстоящего январского аукциона, но и для последующих.

# По мере накопления товарных партий (шкурок норки от 20 до 60—70 тыс. штук, длинноволосой пушнины до 10—20 тыс. штук ) они готовятся для продажи на аукционе.

# Подготовка товаров производится в пяти производственных секциях и является важнейшей частью процесса проведения аукциона.

# Товар передается на рассмотрение специальной комиссии, которая разбивает его на лоты в зависимости от некоторых характерных особенностей шкурок. При этом обязательно учитывается цвет, опушенность, размер, качество обработки мездры, товарный вид, т.е. в одном лоте все шкурки должны быть одинаковы. Каждому лоту присваиваются определенные номера, на основании которых составляются каталоги. Однородные лоты объединяются в стринги, и после этого выбирается образец. Образец должен отражать качество, цвет, размер, опушенность товара, находящегося в стринге, так как покупатель по образцу судит о товаре, который он собирается купить. Количество шкурок в образце зависит от вида товара. Так, при подготовке шкурок норки в образец берется 40 штук, длинноволосой пушнины — 20, а шкурки соболя выставляются для осмотра полностью.

# При определении ассортимента выставляемой коллекции обязательно учитывается состояние мирового пушного рынка.

# После подготовки всех товаров издается и рассылается потенциальным покупателям аукционный каталог, в котором помимо полной характеристики товара указываются условия аукционной продажи и другой информационный и рекламный материал.

# По завершении подготовки товара все образцы вывешиваются на специальных вешалках в тех же производственных секциях, которые превращаются в залы для осмотра товаров. Остальной товар упаковывается и хранится на складе. В течение 8—10 дней покупатели осматривают образцы, определяют их качество и оценивают. При необходимости они могут осмотреть весь товар стринга, хранящегося на складе.

# На аукционе обычно присутствуют одни и те же клиенты. Администрация аукциона, зная уже своих покупателей, предварительно посылает им приглашения. В назначенный для проведения торгов день покупатели и продавцы приезжают в Санкт-Петербург. Основными покупателями обычно являются бизнесмены из *Японии и Республики Корея*. *Норка* пользуется спросом у покупателей из *Италии*, а *соболь* — у покупателей из *США*.

# Публичные торги длятся 4-5 дней. Аукцион ведется на английском языке. Каждый аукционист сменяется через 1,5-2 часа. Слева и справа от аукциониста располагаются сотрудники, за каждым из которых закреплен определенный сектор аукционного зала. В процессе торгов при назначении первоначальной цены аукционист ориентируется на лимитные цены, которые были заранее определены во время оценки товаров специальной комиссией. Продавцы не назначают свои цены, они лишь поставляют товар. Цены устанавливаются на основе исследования конъюнктуры рынка, спроса и предложения на данный товар. При этом отслеживаются котировки цен на предыдущих аукционах. Цены бывают не ниже, а иногда и выше мировых цен на несколько процентов. Они устанавливаются в долларах США за одну шкурку на условии поставки ФОБ Санкт-Петербург. Уровень цен, тактика продаж и состояние пушного рынка обсуждаются перед каждым аукционом за 1-2 дня до начала торгов. Очередность продажи товаров определяется фирмой-аукционистом. Покупателем считается тот, кто предложил самую высокую цену, а лот — проданным после удара молотка.

# По окончании торгов бухгалтерия и валютно-финансовый отдел производят оформление всех необходимых документов. Страницы каталога с проданными товарами направляются в бухгалтерию, где покупателю выписываются счет и спецификация, в которую вносятся все номера лотов, которые он купил на аукционе.

# Валютно-финансовые условия Санкт-Петербургского аукциона не содержат требований о доказательстве кредитоспособности покупателя, что свидетельствует об одинаковой степени доверия ко всем контрагентам и подчеркивает солидность организаторов пушного аукциона в Санкт-Петербурге. Платеж за купленный товар должен производиться в свободно конвертируемой валюте по курсу на день, предшествующий дню платежа. За основу принят наличный платеж полной стоимости товара до его отгрузки. Расчет производится телеграфным переводом или безотзывным аккредитивом.

# В понятие стоимости товара, а точнее, суммы, подлежащей к оплате, включаются:

# стоимость купленной пушнины;

# аукционный сбор или комиссия — 2%;

# сбор в пользу МПФ — 0,6%.

# По мере поступления оплаты транспортно-экспедиторский отдел отгружает товары по инструкциям покупателей. Основные отгрузи приходятся на долю автотранспорта через *Хельсинки*.

# Механизм проведения Санкт-Петербургского пушного аукциона имеет некоторые особенности. Подготовка к аукциону ведется более тщательно, чем на любых других аукционах. Возможно, это так же влияет на тот факт, что, несмотря на относительно высокие цены по сравнению с ценами на те же товары на других аукционах, число покупателей не уменьшается. [7, с. 93-97]

## Алмазные аукционы АК "АЛРОСА"

Для начала автор уделит внимание самой компании и её истории, а затем перейдёт к теме аукционов.

Акционерная компания "АЛРОСА" – один из мировых лидеров в области разведки, добычи и реализации алмазов, производства бриллиантов, а также является лидером алмазодобывающей отрасли России и входит в число 10 наиболее эффективных предприятий страны. Это государственная горнорудная компания, нацеленная на комплексное решение приоритетных национальных задач по освоению природных ресурсов. Компания была создана в 1992 году.

АК "АЛРОСА" добывает 97% всех алмазов Российской Федерации. Доля компании в *мировом объеме добычи алмазов составляет 25%.*

Крупнейший производитель бриллиантов в России, "БРИЛЛИАНТЫ АЛРОСА" - филиал компании "АЛРОСА" реализует в широком ассортименте сертифицированные бриллианты собственного производства различных форм огранки, весовых и цветокачественных характеристик частным лицам и ювелирам. Компания изготавливает сертифицированные бриллианты под заказ, а также реализует бриллианты юридическим лицам.

Предприятия АК "АЛРОСА", составляющие цепочку *основного производства*. Они находятся на территории четырех районов Республики Саха (Якутия) - Мирнинского, Ленского, Анабарского, Нюрбинского, а также в г. Якутске и в Москве, с общим числом сотрудников около 15 тыс. человек.

Основные производственные подразделения по добыче алмазов расположены в Западной Якутии в одном из наиболее суровых регионов планеты, характеризуемом резко континентальным климатом с большим перепадом температур, в зоне вечной мерзлоты. Здесь требуется применение специальных видов техники, технологий и материалов, приспособленных к экстремальным режимам Севера, а проведение различных работ сопряжено с повышенными энергетическими затратами и дополнительными расходами на теплоизоляцию и теплоснабжение. Алмазодобыча в Якутии ведет свою историю *с 1954 г.,* когда была открыта трубка "Зарница", — первое коренное месторождение алмазов на территории СССР. Тогда же был создан трест по добыче и обработке алмазов - "Якуталмаз".

Аукцион алмазов.АК "АЛРОСА" проводит международные аукционы по *продаже алмазов специальных размеров - массой 10,80 карата и более*, в том числе массой более 50 карат, которые экспертная комиссия Минфина не относит к категории "уникальных".

Торги проходят в форме закрытого аукциона *в Алмазной Палате Российской Федерации.* На аукцион приглашаются иностранные и российские предприятия, специализирующиеся на операциях с крупными алмазами и бриллиантами, имеющие высокую деловую репутацию.

*1-й международный аукцион алмазов специальных размерностей АК "АЛРОСА" был проведён в г. Антверпен* в *Октябре 2007 года.* Организатором аукциона выступила дочерняя фирма АК "АЛРОСА" в Бельгии – *Arcos Belgium N.V.* Для участия в аукционе были приглашены представители 21 фирмы, пользующихся высочайшей деловой репутацией и представляющих все ведущие мировые гранильные центры. На торги были выставлены *45 камней общей массой свыше 1800 карат,* в том числе 15 камней с массой каждого более 50 карат. Вес самого крупного из представленных алмазов составил *181,5 карата.* Предложенные покупателям алмазы были скомплектованы в 20 неделимых лотов. *Общая сумма продаж составила около $18,5 млн.,* средняя цена реализации на аукционе превысила $10 тыс. за карат.

31-й международный аукцион по продаже алмазов специальных размеров состоялся 17 сентября 2008 года в Москве. В результате торгов было продано 80% лотов на общую сумму более 15 млн. долларов США. Учитывая стартовую стоимость камней, превышение составило около 16%. В течение месяца в Алмазной Палате России участники аукциона могли ознакомиться с предлагаемыми на продажу алмазами. На торги были выставлены алмазы АК "АЛРОСА" (148 лотов). Всего покупателям предложено 482 камня общей массой свыше 7,7 тысяч карат. Самый крупный алмаз, выставленный на аукцион, весил 39,93 карат. В торгах приняли участие представители 37 российских и иностранных компаний из Израиля, Бельгии, Индии, Китая, Беларуси, специализирующихся на операциях с крупными алмазами и бриллиантами, имеющих высокую деловую репутацию. [9]

Выше были рассмотрены два наиболее крупных аукциона России. Их правомерно назвать одними из самых крупных специализированных аукционов во всём мире, т.к. в них принимают участие представители из десятков стран.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, тема аукциона как формы международной торговли достаточно сложна и интересна. Существует множество классификаций по видам реализуемых товаров, понижению/повышению стартовой цены и т.п. Что же касается Интернет аукционов, то они заслуживают отдельного внимания. Возникнув только в конце прошлого века, они стали новой, весьма популярной формой международной торговли, стирающей границы пространства и времени между участниками.

Самыми крупными аукционами мира являются аукционные дома "Сотбис" и "Кристис" и Интернет аукцион "eBay". Помимо своей основной деятельности современные аукционы занимаются и другими её видами. Ярким примером здесь является "Сотбис", который не только устраивает торги, но также оказывает услуги стоимостной оценки имущества; кроме того аукционный дом имеет свой институт искусств. А с появлением сети Интернет, стала возможной услуга регистрации участников прямо на сайте как аукционного дома "Сотбис", так и "Кристис".

Крупнейшими аукционами России являются Санкт-Петербургский пушной аукцион и алмазный аукцион АК "Алроса". Их правомерно назвать одними из самых крупных специализированных аукционов во всём мире, т.к. в них принимают участие представители из десятков стран.

Задачи работы выполнены, и автор делает вывод, что аукционы являются важной формой международной торговли. Здесь реализуются различные виды товаров: сельскохозяйственное сырьё, пушнина, драгоценные камни, не смотря на то, что исторически аукционы ассоциируются с продажей предметов старины и искусства. А с появлением Интернет аукционов, торги практически не имеют никаких границ, разве что устанавливается время их проведения.

# СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеенко Инна. Большое искусство// Бизнес.-2003.- №38.-С.109.
2. Король-Королевская Анастасия. Славянский базар// Бизнес.-2005.- №47.-С.103.
3. Крючкова О.Н. Классификация методов ценообразования// Маркетинг в России и за рубежом.2002.-№4.-С.56.
4. Леонтьев В.П. Новейшая энциклопедия персонального компьютера 2006. – М.: ОЛМА-ПРЕСС Образование, 2006. – 896с.
5. Потоцкая Т.И. Аукционы как механизм торговли бриллиантами на мировом рынке// Маркетинг в России и за рубежом.2003.-№5.-С.47.
6. Сапунова Виктория. Аукционные игры// Бизнес.2007.-№48.-С.104.
7. Фомичев В.И. Международная торговля; 2-е изд., переработанное и дополненное. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 446с.
8. http://slovari.yandex.ru – Сайт словарей поисковой системы Яндекс
9. http://www.alrosa.ru – Официальный сайт акционерной компании "АЛРОСА"
10. http://www.annalevinson.com – "Бизнес в Интернете. Как заработать деньги в Интернете. Электронная коммерция", сайт Анны Левинсон
11. http//:www.christies.com – Официальный сайт аукционного дома "Кристис"
12. http://www.hermitagemagazine.ru – Сайт электронного журнала "Эрмитаж"
13. http//:www.luxemag.ru – "Журнал о роскоши Luxemag.ru"
14. http//:www.ru.wikipedia.org – Сайт Википедии – свободной энциклопедии
15. http://www.sothebys.com – Официальный сайт аукционного дома "Сотбис"

# ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Расширенная классификация аукционов

1. по аудитории участников (типу бизнеса):
	* b2b - business to business - промышленные, бизнес аукционы
	* b2c - business to consumer - продажа товаров предприятий частным лицам
	* c2c - consumer to consumer - торги для частных лиц
2. по длительности торгов:
	* недели
	* день
	* минуты
3. по технологии:
	* online - ставки через Интернет
	* live - трансляция в Интернет реальных, живых аукционов
	* offline - описание лотов реальных аукционов, расписание торгов
4. По охвату посетителей:
	* для всего мира
	* для одной страны
	* для одного города(штата, региона)
	* для внесших предоплату
	* для предварительно отобранных участников (VIP)
5. по категориям:
	* антиквариат, предметы искусства, сувениры
	* компьютеры, аудио-видео, бытовая техника, книги и т.п.
	* подержанные, б/у вещи
	* зерно, текстиль, оборудование
	* остатки, неликвиды предприятий
	* услуги и подряды на работу и т.д.
6. по сопровождению торгов:
	* аукцион участвует в процессе оценки, доставки, платежей, уплаты налогов и т.п.
	* аукцион отдает сделку на совесть покупателей и продавцов, выступает посредником между ними.

Приложение 2

Товары и главные мировые центры их продажи

* Немытая шерсть - Лондон, Ливерпуль, Кейптаун, Мельбурн, Сидней (Австралия), Веллингтон (Новая Зеландия). Через аукционы в перечисленных центрах реализуется 75-80% продаж немытой шерсти на мировом рынке
* Ковровая шерсть - Ливерпуль, где реализуется в основном индийская и пакистанская ковровая шерсть
* Козья шерсть – Ливерпуль
* Табак - Нью-Йорк, Амстердам, Бремен, Лусака (Замбия), Лимба (Малави)
* Цветы – Амстердам
* Овощи и фрукты - Антверпен и Амстердам
* Рыба - США и порты западноевропейских стран - кроме Исландии и Норвегии
* Лошади – Довиль (Франция), Лондон, Москва
* Норка - Нью-Йорк, Монреаль, Лондон, Копенгаген, Осло, Стокгольм, Санкт - Петербург
* Голубой песец - Копенгаген, Осло, Лондон
* Кролик - Лондон
* Каракуль - Лондон и Санкт - Петербург
* Южноафриканский каракуль – Лондон

Приложение 3

Некоторые особо ценные предметы, проданные на аукционе "eBay"

* 340-летняя рукопись Шекспира "Prince of Tyre", пережившая великий пожар Лондона в 1666 году (£5 млн)
* Самолёт Grumman Gulfstream II ($4,9 млн)
* Жёлтый McLaren F1 1993 года ($1,7 млн) (в мире существует только один жёлтый McLaren F1)
* Бейсбольная карточка Хонуса Вагнера (англ. Honus Wagner) 1909 года ($1,65 млн)
* Курорт Даймонд Лейк, в западном Кентукки, США ($1,2 млн)
* Ferrari Enzo ($975 000, декабрь 2005)
* Бита известного бейсболиста Джо Джексона "Black Betsy" ($577 610)
* Партия в гольф с легендарным гольфистом Тайгером Вудсом ($425000)

Крупнейшие предметы:

Одним из крупнейших предметов, проданных на аукционе "eBay", является субмарина времён второй мировой войны, проданная небольшим городом в Новой Англии, когда городские власти решили, что больше не нуждаются в подобной реликвии.

Крупнейший неудавшийся аукцион

Одним из крупнейших предметов, когда-либо выставленных на аукцион, был списанный авианосец. Лот был создан анонимным продавцом из Бразилии на "eBay" Motors.

Необычные предметы

* В июне 2005, жительница штата Юта (США), Кэролайн Смит (Karolyne Smith), продала право навсегда вытатуировать чью-либо рекламу на своём лбу за $10,000. Этим предложением воспользовалось популярное виртуальное казино Golden Palace.
* В мае 2005, Volkswagen Golf, ранее принадлежавший кардиналу Йозефу Ратцингеру (за месяц до этого избранного папой римским Бенедиктом XVI) был продан за €188,938.88. Покупателем стало казино GoldenPalace.com
* В 2004, мужчина из Сиэттла продал собственную фотографию, на которой он был одет в свадебное платье своей бывшей жены. К своему немалому удивлению, он получил за этот снимок значительно больше, чем рассчитывал. Сначала он хотел просто продать платье, чтобы выручить за него немного денег на покупку билетов Seattle Mariners, однако ставки превысили несколько тысяч долларов, а сам продавец получил немало предложений руки и сердца от покупателей.
* В сентябре 2004, владелец MagicGoat.com продал содержимое своей мусорной корзины учителю искусств средней школы, ученики которой написали эссе об этом мусоре.
* 50,000-летний мамонт. Гигант был выставлен на продажу в 2004 году своим немецким владельцем из-за недостатка места для его хранения, и был продан за £61,000. Эксперты подтверждают, что это один из наиболее сохранившихся скелетов мамонта в мире, содержащий 90 % оригинальных костей.
* Хозяин Cockeyed.com продал рекламное место на своём сайте, равное одному пикселю, на 21 день за $100.
* Вода, которая, как утверждалось, осталась в чашке Элвиса Пресли, которую он взял с собой на концерт в Северной Каролине в 1977, была продана за $455.
* Картина американского художника Билла Стоунхема "The Hands Resist Him", выставленная на продажу с мистической предысторией, рассказывающей о необычных явлениях, связанных с ней.
* Калифорнийский город Бриджвилль трижды выставлялся на аукцион. В 2002 году он был продан за $1,77 миллиона, но после осмотра "приобретаемого товара" покупатель отказался от сделки. В 2006 году другой владелец выставил его на аукцион за $1,75 миллиона. В 2007 очередной владелец в течение нескольких месяцев пытался продать его за $1,3 миллиона.

Приобретения:

* В мае 1999 "eBay" приобретает систему онлайн-платежей Billpoint, которая позже была закрыта после приобретения Paypal.
* В 1999 "eBay" приобретает аукцион Butterfield & Butterfield, который был продан в 2002 году компании Bonhams.
* В 1999 "eBay" приобретает у Марка и Оливера Замверов аукцион Alando за $43 миллиона, который затем был преобразован в "eBay" Germany.
* В июне 2000 "eBay" покупает Half.com, позже интегрированный в "eBay" Marketplace.
* В августе 2001 "eBay" покупает Mercado Libre, Lokau и iBazar — крупнейшие латиноамериканские сайты онлайн-аукционов.
* В июле 2002 "eBay" приобретает платежную систему PayPal, за $1.5 миллиарда.
* 11 июля 2003 "eBay" Inc. приобретает EachNet, ведущую китайскую компанию в области электронной коммерции, заплатив примерно $150 миллионов.
* 22 июня 2004 "eBay" приобретает Baazee.com, ведущий аукционный сайт в Индии за сумму примерно $50 миллионов.
* 13 августа 2004 "eBay" приобретает 25 % в craigslist.org, приобретя существующего акционера.
* В сентябре 2004 "eBay" значительно продвигается на корейском рынке, приобретя акций Korean online trading company на сумму 3 миллиона, заплатив примерно 125,000 корейских вон (около US$109) за акцию.
* В ноябре 2004 "eBay" поглощает Marktplaats.nl за €225 миллиона. Это была немецкая фирма, владевшая 80 % рынка аукционов в Нидерландах и получавшая доход в основном от продажи рекламы.
* 16 декабря 2004 "eBay" приобретает rent.com за $30 миллионов деньгами и $385 миллионов акциями "eBay".
* В мае 2005 "eBay" поглощает Gumtree, сеть рекламных сайтов в Великобритании.
* В июне 2005 "eBay" поглощает Shopping.com, сайт, предоставляющий услуги по сравнению товаров и цен на них, за $635 миллионов.
* В августе 2005 "eBay" покупает VoIP компанию Skype за $2.6 миллиарда деньгами и акциями. [14]