

Srebro i bursztyn – jak i gdzie lansować nasze możliwości

Wiesław Gierłowski

Rynek krajowy

Wydaje się, że nasza niezwykle rozdrobniona wytwórczość nieźle sobie radzi z tym problemem na rynku krajowym. Przy ogólnym zwolnieniu tempa wzrostu gospodarczego polskie urzędy probiercze odnotowały w roku ubiegłym najszybszy przyrost liczby i masy cechowanych wyrobów srebrnych – 25,8%. Według informacji mgr Marii Magdaleny Ulaczyk, dyrektora Okręgowego Urzędu Probierczego w Warszawie, przyrost masy wyrobów w całym kraju wyniósł 12,5 t (łącznie z okręgiem krakowskim). W roku 2000 osiągnięta została rekordowa sprzedaż ponad 60 t srebrnych wyrobów jubilerskich.

Przeciętna masa jednostkowa cechowanych wyrobów nieco wzrosła: z 4,9 g w roku 1999 do 5,03 g w roku 2000, ale nadal utrzymywała się na bardzo niskim poziomie, przy którym wolumen masy 60 t oznacza dostawę na rynek krajowy około 12 milionów sztuk biżuterii srebrnej (i niewielkiej ilości wyrobów korpusowych). Ponadto sprzedajemy parę milionów przedmiotów o masie do 2 g zwolnionych z obowiązku cechowania i niestety odczuwamy spory dopływ z szarej strefy. W sumie jeden rok dał liczbę wystarczającą dla połowy mieszkańców Polski, niezależnie od płci i wieku. Pod względem liczby to już chyba górny pułap zbytu w warunkach malejącej turystyki przyjazdowej.

Przetwórstwo jubilerskie na rynek krajowy wciąż nie może wchłonąć znaczniejszej części produkcji srebra z naszych hut. Po odliczeniu importu gotowych wyrobów i dodatków ligur do stopów roboczych zużycie na cele jubilerskie nie przekracza 50 t czystego kruszcu, tymczasem sam legnicki KGHM sprzedaje rocznie 1100 t. Resztę trzeba eksportować w postaci surowcowej.

Nie powiodły się próby podjęcia na szerszą skalę materiałochłonnej produkcji zastaw stołowych i naczyń srebrnych, a zamówienia na obiekty sztuki sakralnej, choć bardzo wzrosły i stały się ważnym zjawiskiem artystycznym, nie zmieniły proporcji ekonomicznych. Niezbędne zatem byłyby nowe zakłady przemysłowe o wyrafinowanej technologii, wymagające kapitału w skali dziś nam niedostępnej.

Eksport

Pozostaje więc intensywnie rozwijać eksport. Taką możliwość stwarza nam połączenie obfitości srebra z równie obfitym w ostatnim dziesięcioleciu dopływem na nasz rynek surowca bursztynowego. O ile na rynku krajowym biżuteria srebrna jest dekorowana kamieniami bursztynowymi więcej niż w połowie, to w transakcjach eksportowych bursztyn panuje prawie niepodzielnie. W krajach najbogatszych, a szczególnie w Unii Europejskiej i USA, wyroby z bursztynu i biżuteria nim dekorowana są uważane za typową polską specjalność. Oceny tej nie zmienia rozpowszechnienie informacji o przewadze aktualnego zaopatrzenia polskich wytwórni w surowiec bursztynowy ze złóż rosyjskich i ukraińskich. Usilnie lansowane przez Rosjan, nieprawdziwie zresztą twier-

dzenie, jakoby Okręg Kalinigradzki Federacji Rosyjskiej był jedynym współczesnym źródłem bursztynu bałtyckiego, nie zmienia faktu, że opinia światowa łączy bursztyn właśnie z Polską. Zawdzięczamy to licznym publikacjom naukowym prezentującym bogactwo polskich zasobów bursztynu i nagromadzenie najpiękniejszych odmian na kopalnych plażach w delcie Wisły i rozległym obszarze polodowcowym. Polska nauka propaguje także tradycje artystycznej wytwórczości w miastach pomorskich (szczególnie w Gdańsku) oraz współczesne wzornictwo i sprawność warsztatową.

O powodzeniu ekspansji eksportowej polskich wyrobów bursztynowych w ostatniej dekadzie ubiegłego tysiąclecia zdecydowała zmiana ustroju gospodarczego kraju, skoncentrowanie większości wytwórni w jednym regionie Pomorza Gdańskiego, a przede wszystkim nastawienie właścicieli firm na przyjęcie reguł otwartej konkurencji rynkowej. Próby rynkowej nie wytrzymał państwo „Jantar” w Sopocie z kombinatu „Polsrebro”, a nadające dawniej ton spółdzielnie cepeliowskie „Bursztyny” i „Arpo” ledwo wegetują. Natomiast kilkadziesiąt eksportujących firm prywatnych rozwija się z każdym rokiem (szczególnie w rękach ludzi zupełnie młodych), a upadłości firm prywatnych z dorobkiem w dziedzinie wzornictwa i technologii można policzyć na palcach jednej ręki. Nie wymieniam ich z nazwy, by nie budzić przykrych wspomnień.

Ważnymi czynnikami powodzenia okazały się:

- zdolność do samoorganizacji zawodowej i wywierania w ten sposób wpływu na opinię publiczną i władze, a przede wszystkim osiągania celów niemożliwych do realizacji w pojedynkę;
- utworzenie w centrum regionu wytwórczego doskonale wyspecjalizowanych targów międzynarodowych i wzbogacenie ich nie tylko imprezami promocyjnymi, lecz także seminariami naukowymi i profesjonalnymi, konkursami gotowych wyrobów i projektów, popisami dorobku szkół artystycznych i prezentacją muzealnych kolekcji bursztynowych.

Targi międzynarodowe w Polsce

Gdańskie targi „Amberif”, od początku wspierane przez środowisko najlepszych bursztynników i autorytety naukowe, zdobywały stopniowo zaufanie i powodzenie u wystawców i kupców z coraz dalszych stron świata. Ścisła specjalizacja i trafna lokalizacja w „światowej stolicy bursztynu” rokuje trwałe rozwój pod warunkiem jasnej koncepcji programowej i jej rygorystycznego przestrzegania. Ostatnie trzy edycje „Amberifu” cechował wprawdzie rozrost liczby grup asortymentowych do pełnego przekroju jubilerskiego, wraz ze złotem, diamentami i kamieniami kolorowymi, ale nadal 70% stoisk oferowało wyroby czysto bursztynowe lub srebrne z bursztynem. Zapewne udział bursztynu na targach w Gdańsku będzie ponownie się zwiększał i pod wpływem specyfiki zapotrzebowania ze strony kupców zagranicznych i z racji dopływu nowych wystawców (w tym zagranicznych) wyspecjalizowanych w bursztynie. Niewielka powierzchnia wystawowa w gdańskim centrum targowym (około 4000 m²) sprzyja jednorodności „Amberifu”. Zapowiada się, że w następnej edycji przypadającej w dniach 7-10 III 2002 r. będzie ona całkowicie zapełniona.

Nadszedł czas, aby te targi, mające stałą i liczną klientelę z kraju i ze świata (w tym roku z 27 krajów), weszły w etap

zamknięcia dostępu dla publiczności niefachowej i stania się forum czysto profesjonalnym z pełną rejestracją udziału osób, firm i instytucji współdziałających. Ranga i popularność imprezy osiągnięta po ośmiu edycjach tylko na tym zyska.

Czy przy obecnym potencjale wytwórczym polskiego jubilerstwa dałoby się uzupełnić „Amberif” następną imprezą równie mocno nastawioną na eksport? Być może tak, jeśli uda się znaleźć inny temat, równie atrakcyjny dla kupców ze świata, jak bursztyn ze srebrem. Byłoby natomiast ryzykowne rozbić tego, co już osiągnęliśmy, a mianowicie utratę grona stałych klientów, przekonanych o atrakcyjności polskiej oferty bursztynowej.

Wydaje się, że w Warszawie powstaje możliwość stworzenia efektywnej imprezy jesiennej podobnej do gdańskiej wiosny. Powstało nowoczesne Centrum Expo XXI o powierzchni 10 000 m², nie tylko wystarczającej dla naszej branży na dziś, ale i w perspektywie lat kilkudziesięciu. Jest kilkuletnia tradycja jesiennych targów jubilerskich w stolicy. Potrzeba tylko jednoci działania warszawskiego środowiska, aby uniknąć sporów i rażącej kolizji terminów.

Formy promocji

Wzrost eksportu wyrobów jubilerskich, konieczny nie tylko dla lepszego wykorzystania zasobów surowcowych, lecz nawet dla przetrwania już istniejących zakładów przetwórczych, jest uzależniony od umiejętności zdobywania zamówień.

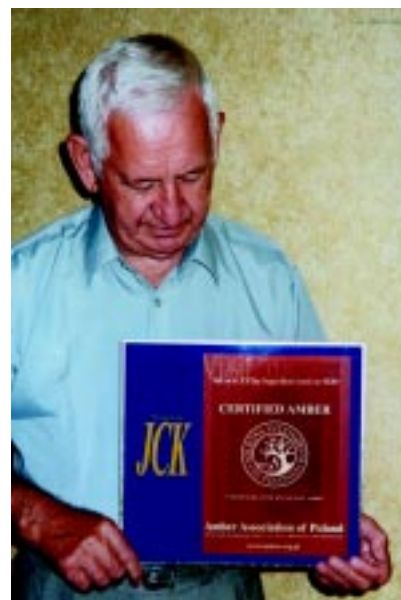
W dziedzinie biżuterii ze srebra i bursztynu eksport rośnie w tempie około 10% rocznie, mimo fatalnej koniunktury cenowej, której skutki w tym roku zostały pogłębione zbyt mocnym kursem złotego. Motorem napędowym są obcojęzyczne publikacje własne firm i Stowarzyszenia Bursztyńników (11 wersji językowych), Muzeum Ziemi PAN i innych instytutów naukowych, kolejne numery „Polskiego Jubileira” oraz atrakcyjne graficznie i tekstowo ogłoszenia w zawodowych periodykach zagranicznych, rozwój sieci przedstawicieli firm polskich w najbogatszych krajach Europy i Ameryki, bogate witryny internetowe w wersji angielskiej oraz system rekomendacji firm zagranicznych sprzedających polski bursztyn w kilkunastu krajach świata.

Targi europejskie

Najbardziej skuteczne okazuje się połączenie powyższych środków z bezpośrednim udziałem firm wytwórczych w targach zagranicznych, szczególnie jeśli wystąpienia mają charakter zbiorowy, a stoiska są zgrupowane w sektory lub wyodrębnione pawilony, oznaczone charakterystycznymi polskimi symbolami lub znakami. W takich układach korzyść promocyjną uzyskują nie tylko firmy bezpośrednio uczestniczące, lecz i ogół polskich producentów.

Praktyka wykazała, że udział w imprezach wyspecjalizowanych, wyłącznie jubilerskich, przynosi o wiele większe efekty niż w wielobranżowych. W ocenie firm stale uczestniczących w targach zagranicznych warto zabiegać o permanentne, zbiorowe uczestnictwo w następujących imprezach europejskich, mających trwałą renomę: trzech targach włoskich w Vicenzie, niemieckiej „Inhorgencie” w Monachium, szwajcarskich targach w Bazylei oraz w paryskiej „Bijorce”. Niestety na przydział stoisk z reguły trzeba czekać po parę lat. Z drugiej strony stoisko raz uzyskane może być wykorzystywane przez wiele sezonów.

Fot. 1. Zdjęcie autora z certyfikatem „JCK”.



Fot. 2. Wystawcy w Las Vegas na tle stoiska.

Dlatego za krok na drodze do sukcesu należy uznać przydział Stowarzyszeniu Bursztyńników osobnego pawilonu na tegorocznej, wrześniowej „Bijorce” i oznaczenie go w prospektach targowych jako „Pavillon Polonais”. Pawilon o powierzchni 54 m² jest usytuowany na wprost wejścia do hali, przy dogodnym i eksponowanym ciągu komunikacyjnym. W pawilonie wystąpią wspólnie polscy producenci i francuskie firmy handlowe, rekomendowane jako sprzedawcy polskich wyrobów bursztynowych.

Targi amerykańskie

Podobny układ miał miejsce na „Jewellery Circular Keystone Show” („JCK”) w Las Vegas (Nevada, USA), który odbył się w dniach 1–5 VI 2001 r.

I tu Stowarzyszenie Bursztyńników firmowało swoim znakiem „Societas Succinorum in Polonia” zespół stoisk w doskonale położonym pawilonie o powierzchni 36 m². W tym roku (czwartym z kolei) w Las Vegas wystąpiły firmy krajowe: Amber 8, Amber Planet, Dejwis, Drabik, Gedanensis Art i Rytosztuka, a także firma amerykańska rekomendowana jako sprzedawca polskich wyrobów Vessel International. Właścicielami wszystkich firm (także amerykańskiej) są członkowie Stowarzyszenia, które od ostatniego walnego zebrania (31 III 2001 r.) stało się Międzynarodowym Stowarzyszeniem Bursztyńników w Gdańsku.

Udział w „JCK Show” okazał się sukcesem handlowym, promocyjnym i organizacyjnym. Opublikowanie w czerwcowym numerze „JCK” całostronicowej informacji o jedynym stoisku z certyfikatem na bursztyn bałtycki i doskonałe położenie pawilonu na skrzyżowaniu głównych ciągów komunikacyjnych w ogromnej hali wzbudziły żywe zainteresowanie uczestników targów. Było to zainteresowanie wyłącznie ludzi interesu. Na „JCK Show” wpuszczeni są wyłącznie zarejestrowani uprzednio kupcy, producenci, rzeczoznawcy, projektanci i inni specjaliści z dziedziny jubilerstwa, z ograniczeniem liczby przedstawicieli poszczególnych firm. Mimo tych ograniczeń targi przebiegają w atmosferze ożywienia, a nawet pewnego napięcia.

W tym roku była to już dziesiąta, jubileuszowa edycja. Warto poznać parę liczb charakteryzujących jej skalę:

- powierzchnia wynajętych stoisk: 45 788 m², w tym wystawców zagranicznych – 6689 m²;
- liczba wystawców: 2719, w tym zagranicznych 739;
- liczba uczestników (poza wystawcami): 19 641, w tym z zagranicy – 2662 (7180 firm).

Oprócz głównej ekspozycji i pokazów w wielkim, dwukondygnacyjnym obiekcie Sands Expo & Convention Center równocześnie odbywało się kilka imprez satelickich na terenie Las Vegas. Wszystkie odnosiły się do tematyki jubilerskiej. Wśród nich za ciekawy pomysł nasi wystawcy uznali sprzedaż katalogów-wzorników przez projektantów, którzy sami nie prowadzą działalności wytwórczej. Pomysł właściwie nienowowy, jeśli przypomnieć tak popularne w Polsce w okresie nowożytnym graficzne wzorniki Hansa Vredemana de Vries. Ceny wzorników nie były rażąco wysokie.

Jak wynika z proporcji liczby amerykańskich i zagranicznych uczestników targów, nie były one nastawione na eksport, lecz raczej na zaopatrzenie własnego, potężnego rynku jubilerskiego. Dobrze się stało, że na tym rynku zdążyliśmy wyprzedzić w dziedzinie bursztynu i srebra konkurencję europejską, i to zarówno ze wschodniej, jak i zachodniej Europy. Poza nami bursztyn pojawił się jedynie na kilku stoiskach lokalnych firm amerykańskich.

Tak więc Las Vegas upłynęło pod znakiem powodzenia, co zachęciło naszych wystawców do udziału w innych imprezach „JCK” w Orlando na Florydzie i Nowym Jorku. Ponadstuletnia tradycja edytorska „JCK” w rozpowszechnianiu czasopism jubilerskich w skali globalnej znakomicie wpływa na frekwencję profesjonalistów na targach przez nią firmowanych. I to jest głównym atutem tych imprez.

Wręcz przeciwne wrażenia wynieśli wystawcy, którzy wybrali się do Montrealu i Toronto na Polską Narodową Wystawę Kooperacyjną na początku maja br. Finansowana w całości przez rząd impreza okazała się zupełnym niewypałem. Nie zabłąkał się na nią ani jeden kupiec z naszej branży, choć na 50 uczestników wystawy było 10 firm jubilerskich (w tym 7 ze srebrem i bursztynem).

Wsparcie, jakiego na wniosek Stowarzyszenia Bursztyników udziela Ministerstwo Gospodarki małym i średnim firmom biorącym udział w „Bijorce” i „JCK Show”, wynoszące około 800 zł za 1 m² (nie więcej niż 15 000 zł na firmę), zostało dobrze zainwestowane. W Kanadzie niestety zmarowane. □

Jaki wzór
biżuterii
jest najpiękniejszy
zdaniem
jubilerów?



Ten, który
najszybciej
znajduje
klienta.



MY TE WZORY MAMY.

Zapraszamy na targi Złoto Srebro Czas
Warszawa - Torwar, 5-7 października 2001r.
Na stoisku prowadzimy sprzedaż hurtową.



YES Biżuteria Sp. z o. o.

60 - 321 Poznań ul. Świerzawska 1
tel. (0-61) 861 11 11, 861 11 12
fax (0-61) 861 11 10
infolinia 0-800 510 690

e-mail: yes@yes.com.pl
www.yes.com.pl

IV Forum Jubilerstwa Polskiego – koniec sporów, początek współpracy

Wiesław Gierłowski

W przeciwieństwie do III Forum Jubilerstwa Polskiego, po którym przez cały rok toczyły się spory pomiędzy uczestnikami o sposób przedstawienia władzom publicznym oceny sytuacji w branży, a także zaistniał ostry konflikt z Głównym Urzędem Miar i urzędami probierczymi, postanowienia IV Forum są stopniowo realizowane przy współpracy wszystkich zainteresowanych.

Na czoło problemów podjętych na posiedzeniu plenarnym Forum 9 marca br. wysuwa się kwestia kwalifikacji zawodowych osób zajmujących się obróbką metali i kamieni szlachetnych. Zarówno cenne materiały, jak i wymóg „jubilerskiej precyzji” są powszechnie oczekiwaniymi przez nabywców właściwościami wszelkich wyrobów złotniczych. Oczekiwania nabywców są stosunkowo dobrze chronione jeśli chodzi o stopy metali szlachetnych używane w jubilerstwie. Polskie prawo probiercze, nawet po liberalizującej zmianie wprowadzonej 30 marca 2001 r. (Dz.U. nr 120/2000, poz. 1268), ustanawia bardzo niskie progi dla obowiązku urzędowego cechowania – 1 g dla złota i platyny oraz 5 g dla srebra. Takie progi masy użytych metali odpowiadają wartości około 18 zł przy najpopularniejszych stopach złota i 4 zł przy srebrze próby 925.

Dużo gorzej przedstawia się kwestia autentyczności i wartościowania kamieni jubilerskich, a najwięcej obaw może budzić ocena wzornictwa i jakości pracy. Te najważniejsze elementy nie podlegają ocenie urzędowego probierstwa. Tradycja dawnych wielkich ośrodków złotniczych zawsze wiązała je z cechą imienną wytwórcy lub nadzorującego go mistrza. Wielkie miasta I Rzeczypospolitej wymagały jeszcze kontrasygnaty starszego cechu złotników jako poświadczenia wiarygodności oceny dokonanej przez mistrza. W Gdańsku na przykład wybite urzędowej cechy miejskiej zawsze musiały wyprzedzić obydwie punce: mistrza i starszego cechu.

W tym względzie współczesne polskie prawo probiercze stanowi pewien regres. Co do tego byli zgodni wszyscy uczestnicy marcowego Forum. Taki pogląd wyrażali nie tylko przedstawiciele stowarzyszeń zawodowych i izb gospodarczych, lecz także nauki i urzędów probierczych, najwyraziściej w wypowiedziach prof. Barbary Kosmowskiej-Ceranowicz i mgr Marii Magdaleny Ulaczyk. Dzisiejszy „imiennik” wbrew swej nazwie nie jest imiennie związany z określoną osobą, lecz z firmą: kombinatem, spółką akcyjną lub z ograniczoną odpowiedzialnością, przedsiębiorstwem państwowym, oddziałem przedsiębiorstwa zagranicznego. Może go otrzymać i zarejestrować (pod rządami nowego prawa gospodarczego bez żadnych koncesji czy zezwoleń) każda firma wpisana do ewidencji działalności gospodarczej.

A zdarza się niestety, iż bywają to tak zwane „słupy”, czyli spółki rejestrowane na imię podstawionych, nierozumiejących sedna sprawy osób. W praktyce posiadacz „imiennika” takiej spółki może nim swobodnie dysponować, dopóki sam nie zgłosi do urzędu probierczego zaprzestania działalności. W ten sposób byle jakie wyroby z niepewnymi kamieniami, jeśli mają oprawy wykonane z niezbyt kosztownych, ale trzy-

mających próbę stopów, mogą uzyskać autentyczną cechę urzędową.

Chyba najbardziej ryzykowna jest sytuacja przy eksporcie gotowych wyrobów jubilerskich, gdzie nie obowiązują żadne oznaczenia ani autentyczności użytych materiałów, ani jakości wykonania. Najgorzej rokuje to bursztynowi, z którego wykonuje się większość kamieni do eksportowanej biżuterii srebrnej (podstawowej grupy towarów jubilerskich w naszym eksporcie), z reguły nie oznaczając zabiegu sztucznego poprawiania termicznego. Jest to pilnie obserwowane przez konkurencję i szeroko komentowane jako przejaw niesolidności polskich producentów.

IV Forum Jubilerstwa Polskiego na podstawie wygłoszonych referatów i dyskusji uznało, że warunkiem koniecznym dla ochrony interesów nabywców, jak i tworzenia dobrego wizerunku naszej branży w kraju i na świecie jest prawne uregulowanie statusu osób odpowiedzialnych za całość właściwości cennych wyrobów jubilerskich i złotniczych. Znak badania jakościowego (punca lub świadectwo), obejmujący identyfikację stopów metali szlachetnych i ocenę kamieni jubilerskich, a także poprawność wykonania, winien być nadawany wyłącznie przez osoby o sprawdzonych i udokumentowanych kwalifikacjach, zarejestrowane w urzędowych ewidencjach. Znak ten powinien być wybijany przed cechowaniem w urzędach probierczych.

Uchwała nr 1 marcowego Forum przewiduje powołanie zespołu ekspertów ze wszystkich ośmiu organizacji tworzących Forum, który ma za zadanie przedstawić władzom państwowym wnioski o uznanie niektórych specjalności jubilerskich za zawody zaufania publicznego. Pociągnęłoby to za sobą przymusową przynależność do jednej lub kilku wyspecjalizowanych korporacji, co mogłoby rodzić niekorzystne tendencje w postaci zamykania dostępu do zawodu dla nowych adeptów, zagrażających konkurencją dotychczasowym członkom korporacji.

Sześć dni po podjęciu tej uchwały Sejm przyjął (15 marca br.) ustawę „o zasadach uznawania nabytych w państwach członkowskich Unii Europejskiej kwalifikacji do wykonywania **zawodów regulowanych**”. Ustawa wprowadza na grunt polski nowe pojęcie prawne, które może być przydatne do realizacji celu postawionego przez Forum.

W myśl postanowień ustawy z dnia 15 marca br. „zawodem regulowanym jest działalność zawodowa lub zespół działań, których wykonywanie jest uzależnione od spełnienia wymagań kwalifikacyjnych”. Wymogi kwalifikacyjne są jednakowe dla osób pracujących na własny rachunek, na podstawie umowy o pracę lub w innej formie dopuszczonej przez przepisy krajowe. Mogą się jednak różnić stopniem przygotowania zawodowego – ustawa i prawo europejskie wyróżniają trzy stopnie. Najwyższy wymaga ukończenia studiów i odbycia stosownej praktyki oraz przeszkolenia specjalistycznego.

Stowarzyszenie Bursztynników organizujące pracę Forum w bieżącej kadencji przeprowadziło wstępne rozpoznanie możliwości wpisu niektórych zawodów jubilerskich, jak na przykład: złotnika jubilera, rzeczoznawcy jubilerskiego, szlifierza kamieni szlachetnych i bursztynnika na listę zawodów zaufania publicznego oraz do przyszłej ewidencji zawodów regulowanych.

Z korespondencyjnych i ustnych uzgodnień w instytucjach naukowych podległych Ministerstwu Edukacji Narodowej

oraz Ministerstwu Pracy i Polityki Społecznej, a także z Komitetem Integracji Europejskiej wynika, iż forma zawodów regulowanych jest dogodniejsza, bowiem:

- wpis na listę polską będzie w przyszłości upoważniał do wykonywania zawodu w krajach Unii, na zasadzie wzajemności;
- rozpiętość wymagań na trzech poziomach (stopniach przygotowania zawodowego) pozwala uznać kwalifikacje dużej liczby osób, co w naszej branży ma istotne znaczenie;
- wpis na listę jest uzależniony jedynie od udokumentowania kwalifikacji, a nie od dobrej woli zarządu korporacji, jak to ma miejsce przy zawodach zaufania publicznego;
- polska ustawa i prawo europejskie przewidują ograniczenia w stawianiu wymogów kwalifikacyjnych, na przykład nie można wymagać praktyki dłuższej niż 4 lata, lub równocześnie spełnienia dwóch alternatywnych warunków: na przykład i praktyki, i specjalnego przeszkolenia kursowego;
- wpis na listę zawodów regulowanych dostatecznie chroni postulowaną jakość pracy i nie dopuszcza do określonych czynności osób nieuprawnionych, podobnie jak dziś nie można prowadzić samochodu bez prawa jazdy;
- opłaty od wnioskodawców wpisu na listę zawodu regulowanego są niewielkie i niezbyt uciążliwe proceduralnie.

Należy przewidywać, że Komisja Ekspertów powołana na IV Forum będzie pracować systematycznie przez 2-3 lata i nawiąże współpracę z instytutami państwowymi oraz najwyższymi urzędami. Wypracowanie wspólnego stanowiska będzie pięknym przykładem umiejętności samoorganizacji i solidarności zawodowej. □

Komercjalizacja usług rzeczoznawczych a ochrona interesów i praw konsumentów

Edward Rakowicz

Obecnie w obrocie handlowym na rynku jubilerskim dominuje biżuteria z diamentami oszlifowanymi kilkupunktowymi, klasy czystości SI. Nie byłoby w tym nic nadzwyczajnego, gdyby nie fakt, że zakres tej klasy czystości ulega w ostatnim czasie coraz większej rozciągłości.

Względy komercyjne biorą górę nad merytorycznymi i klasę czystości SI niektóre firmy jubilerskie przesuwają coraz częściej w obszar klasy czystości P. Dla zamaskowania przed klientem faktycznej czystości diamentów wprowadzają one według cennika Rapaport Diamond Report podklasę czystości SI₃, która nie jest usankcjonowana żadnymi przepisami międzynarodowymi.

Ostatni aneks do przepisów IDC (Międzynarodowej Rady ds. Diamentów) wprowadzono 13 lipca 1989 r. na posiedzeniu IDC w Antwerpii, na którym zdecydowano rozdzielić klasę czystości SI na dwie podklasy SI₁ i SI₂. Od tego czasu żadnych innych aneksów do skali czystości nie wprowadzono. Należy więc wyrazić zdziwienie, że ten naganny proceder nie spotyka się z odpowiednią reakcją ze strony organizacji społeczno-zawodowych, rekomendujących swoich rzeczoznawców zatrudnionych w firmach jubilerskich. Te niestosowne praktyki w zakresie klasyfikowania cech jakościowych diamentów kłócą się ponadto z ogólnymi założeniami unijnych dyrektyw konsumenckich, które Rada Ministrów konsekwentnie wdraża w życie od września 1998 r. Rządowa polityka konsumencka przygotowana przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów obliuguje wszystkie branże, w tym również branżę jubilerską.

Należy podkreślić, że większość z przyjętych przez rząd założeń na lata 2000-2001 została już zrealizowana. Przede wszystkim Sejm uchwalił kilka ważnych aktów prawnych, w wielu wypadkach zostały także wydane odpowiednie rozporządzenia wykonawcze. Zawarte w nich regulacje precyzują prawa i obowiązki przedsiębiorców, formułują określone zakazy i nakazy dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej, w tym niezbędne procedury i wymogi, jakim muszą odpowiadać towary będące przedmiotem obrotu, oraz sankcje za nieprzestrzeganie prawa. Z tego też względu firmy jubilerskie powinny liczyć się z tym, że coraz częściej będą miały do czynienia z wymagającym i świadomym swych praw konsumentem (notabene firmy jubilerskie także są konsumentami). Dzisiejszy konsument potrafi korzystać z odpowiednich instrumentów prawnych w celu dochodzenia swych roszczeń z różnych tytułów (nie tylko z tytułu gwarancji i rękojmi, ale również np. z tytułu zakazu stosowania niedozwolonych klauzul umownych i obowiązku spełniania w odniesieniu do produktu określonych wymogów, w tym dotyczących oznaczeń).

Ileokroć uprawniony interes klienta zostanie naruszony, w jego obronie mogą wystąpić organizacje czy rzecznicy konsumentów, Inspekcja Handlowa albo Rzecznik Praw Obywatelskich. Oczywiście taki klient może również nagłośnić sprawę w mediach albo wytoczyć stosowne powództwo i dochodzić swych praw przed sądem powszechnym. W tym

HURTOWNIA KAMIENI JUBILERSKICH

STON



JAKOŚĆ ZA NISKĄ CENĘ

Szeroki wybór kamieni jubilerskich w pełnej gamie kolorów i rozmiarów:
– cyrkonia biała i kolorowa w każdym rozmiarze, także w nietypowych kształtach,

- spinel syntetyczny (szafir, akwa),
- terbium syntetyczne (szafir, akwa),
- onyks,

Realizujemy zamówienia nietypowe.

60-501 Poznań, ul. Zmartwychwstańców 7
tel. (0-61) 833 08 17, fax (0-61) 833 64 69/818 53 95

kontekście należy wymienić nowe unormowania odnoszące się do Inspekcji Handlowej (Dz. U. nr 4, poz. 25, 2001 r.).

Co jest istotne dla firm jubilerskich w nowych uregulowaniach prawnych dotyczących Inspekcji Handlowej? Otóż ulega zmianie usytuowanie rzeczoznawców ds. jakości produktów lub usług. Ich listę będzie teraz prowadził Wojewódzki Inspektor (art. 11, ust. 2), a stosowne rozporządzenie określi warunki i tryb wpisu rzeczoznawców na listę, tryb ich weryfikacji oraz nadzoru nad ich działalnością.

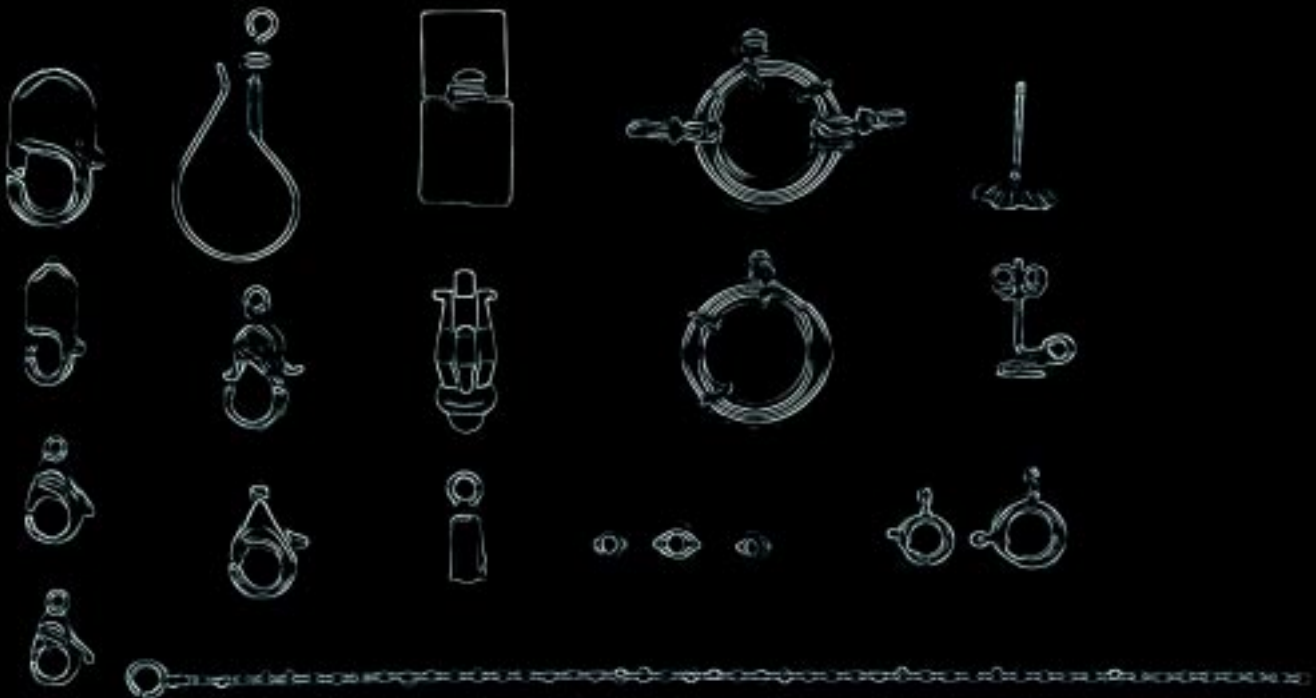
Regulacja ta ma służyć skuteczniejszej niż dotychczas ochronie konsumentów w prowadzonej przez Inspekcję procedurze mediacyjnej, uruchamianej na skutek skargi konsumenta, czy w przypadku sporu między konsumentem a przedsiębiorcą. Dla jasności należy podkreślić, że ustawodawca, mówiąc o przedsiębiorcy, rozumie przez to wszelkie podmioty gospodarcze, w tym również handlowców i usługodawców (patrz przepisy ustawy z 19 listopada 1999 r. – prawo działalności gospodarczej).

Zgodnie z postanowieniami art. 11, ust. 2 ustawy o Inspekcji Handlowej, rzeczoznawcy są powoływani do wydawania opinii o jakości produktów lub usług na zlecenie konsumenta, przedsiębiorcy, stałego polubownego sądu konsumenckiego, Głównego Inspektora, inspektora wojewódzkiego, powiatowego (miejskiego), rzecznika konsumentów albo organizacji społecznej, do której zadań statutowych należy ochrona konsumentów. Tak duży zakres osób prawnych i fizycznych uprawnionych do zlecenia rzeczoznawcom wojewódzkim Inspekcji Handlowej wydawania opinii o jakości produktów lub usług podniesie zapewne ich prestiż społeczny. Dlatego tryb weryfikacji rzeczoznawców oraz nadzór nad ich działalnością, które określi w specjalnym rozporządzeniu Prezes Rady Ministrów, będzie podlegać ostrym kryteriom. Skończą się zatem praktykowane od wielu lat zwyczaje nadawania tytułów ekspertów i rekomendowania rzeczoznawców

przez koleżeńskie zespoły zawodowe oraz licytacje, którzy z rzeczoznawców rekomendowanych przez tę lub inną organizację społeczno-zawodową są bardziej kompetentni do wydawania opinii w przedmiotowej sprawie.

Zgodnie z duchem ustawy o Inspekcji Handlowej każdy rzeczoznawca, który aktualnie świadczy usługi na rzecz ludności, będzie musiał poddać się weryfikacji, jeśli zechce się znaleźć na liście rzeczoznawców inspektora wojewódzkiego. Konsumenty zaś, zorientowawszy się w nowych uregulowaniach prawnych, będą korzystać (z oczywistych względów) z usług tych rzeczoznawców, którzy uzyskali status prawny nadany im przez wojewódzkiego inspektora Inspekcji Handlowej. To nowe usytuowanie prawne rzeczoznawców ds. jakości wyrobów lub usług (dotychczas oparte na społecznym zaufaniu) przyczyni się do uporządkowania tej specyficznej działalności gospodarczej, jaką jest świadczenie usług rzeczoznawczych. Dotąd, wskutek braku uregulowań prawnych, każdy, kto zarejestrował swoją działalność gospodarczą nawet w zakresie usług rzeczoznawczych (bez udokumentowania swoich kwalifikacji), mógł bez żadnych przeszkód prawnych wydawać certyfikaty, ekspertyzy, opinie itp.

Prowadziło to w szeregu przypadków do nadużyć i zwykłych oszustw nieorientowanych w tej materii konsumentów; świadczą o tym liczne procesy sądowe, które kończyły się na ogół umorzeniem sprawy lub oddaleniem powództwa wniesionego przeciw temu lub innemu pseudorzeczoznawcy z uwagi na brak wyraźnych klauzul prawnych ograniczających działalność osób niekompetentnych w zakresie badań i certyfikacji kamieni szlachetnych. Należy zatem żywić nadzieję, że podejmowane przez rząd liczne inicjatywy dotyczące ochrony interesów i praw konsumentów w związku z unijnymi dyrektywami konsumenckimi przyczynią się do generalnego uporządkowania działalności rzeczoznawczej również w branży jubilerskiej. □



l a b o r

Względna wartość kamieni szlachetnych na światowych rynkach jubilerskich

Tomasz Sobczak, Nikodem Sobczak

Podstawowymi czynnikami decydującymi o wartości kamieni szlachetnych są ich cechy jakościowe, takie jak: masa, barwa i czystość, a w przypadku kamieni oszlifowanych również proporcje i jakość wykonania szlif. Przy ocenie wartości kamieni nie należy jednak zapominać o innych czynnikach, do których można zaliczyć zwłaszcza rzadkość występowania i zasobność złóż, odporność na czynniki zewnętrzne oraz popyt.

Rzadkość występowania i zasobność złóż są parametrami niemierzalnymi, nieujmowanymi w ekspertyzach gemmologicznych, mają one jednak istotne znaczenie cenotwórcze. Wiadomo powszechnie, że częstość występowania na przykład kwarcu i berylu jest nieporównywalna, mniej natomiast znany jest fakt, że pomiędzy różnymi odmianami jednego rodzaju kamienia częstość pojawiania się określonych cech może być zróżnicowana. Dotyczy to jakości i wielkości kryształów, stopnia czystości, odcienia i intensywności barwy, efektów optycznych, gęstości i innych właściwości fizycznych. Przykładem może być szmaragd, który nieczęsto tworzy duże kryształy, odmiennie niż należący do tej samej grupy beryl – akwamaryn; także czerwony korund (rubin) występuje dużo rzadziej niż inne jego barwne odmiany. Podobnie jest z zasobnością złóż. Jeżeli na przykład złoża są mało zasobne albo zostały wyczerpane, kamienie osiągają na rynkach jubilerskich znacznie wyższe ceny.

Kamienie jubilerskie powinny charakteryzować się dużą odpornością na czynniki zewnętrzne, dlatego też bardziej cenione są kamienie odporne na czynniki mechaniczne (ścieranie, ściskanie, udarność), chemiczne (kwasy, zasady, środki polerownicze i czyszczące) i termiczne (wysoki gradient temperatury powstający w czasie oprawiania kamieni, naprawy lub czyszczenia biżuterii oraz jej ekspozycji na wystawie).

Popyt na kamienie szlachetne warunkowany jest modą, tradycją, wierzeniami, przyzwyczajeniami oraz przypisywaniem specjalnych właściwości określonym rodzajom i barwie kamieni. Okoliczności te przy małej podaży mogą stanowić istotny czynnik cenotwórczy. Cenna kamienia charakteryzowana jest zwykle jego wysoką wartością zawartą w małej objętości. Tak charakteryzowany kamień staje się wówczas lokatą kapitału, podobnie jak metale szlachetne i inne cenne precjoza.

Jak zatem w świetle tych wszystkich uwarunkowań, zarówno jakościowych, jak i pozajakościowych, powinny kształtować się ceny kamieni szlachetnych? Odpowiedź na to pytanie nie jest jednoznaczna, jednak wieloletnie obserwacje notowań cen na giełdach światowych pozwalają na dość precyzyjne ustalenie obecnych preferencji. Przykładem może być raport Japan Jewellery Association. Opracowanie to ma duże walory praktyczne, ponieważ wyróżnia z całej masy kamieni okazy kolekcjonerskie (ok. 2% podaży), jubilerskie (ok. 8% podaży) i tzw. galanteryjno-ozdobne (ok. 90% podaży) (podaż podana dla kamieni o masie 3 kr).

W przypadku powyższych kamieni relacje cenowe odniesione zostały w raporcie do ceny diamentu jubilerskiego o okrągłym szlifie brylantowym (brylantu) i masie 1 kr, czystości VS, barwie H (wg GIA) oraz bardzo dobrych proporcjach i wykończeniu szlif. Są to więc wartości względne pozwalające w każdym przypadku określać wartość kamieni szlachetnych barwnych w stosunku do zmieniających się cen diamentów. Przedstawione w tabelach krotności cen uwzględniają najcenniejsze kamienie szlachetne, o różnych formach szlifów i masie od 0,5 do 10 kr.

Podane w tabelach skróty oznaczają kolejno:

- (N) – kamienie naturalne;
- (P) – kamienie poprawiane (wygrzewane, naświetlane);
- (I) – kamienie impregnowane, nasączone (wypełnione ubytkami i pęknięcia).

Inne skróty to:

- JK – jakość kolekcjonerska;
- JJ – jakość jubilerska;
- JG – jakość galanteryjno-ozdobna.

Autorzy wyrażają nadzieję, że zaprezentowane relacje cenowe pozwolą polskim gemmologom i jubilerom lepiej zorientować się w aktualnych trendach światowych i znacznie poprawnie określać wartość barwnych kamieni szlachetnych.

DIAMENT

Bezbarwny, okrągły szlif brylantowy (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	40	20	10
3	10	5	2
1	18	1	0,4
0,5	0,8	0,4	0,2

Bezbarwny, szlif szmaragdowy (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	6	2,8	–
1	1,3	0,8	–
0,5	0,5	0,32	–

Bezbarwny, markiza, łezka (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	32	16	8
3	8	5	2
1	1,8	1	0,4
0,5	0,6	0,4	0,2

Bezbarwny, princessa (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	4,9	2,45	1,4
1	1,05	0,7	0,28
0,5	0,42	0,28	0,14

Niebieska barwa fantazyjna (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	56	28	6,4
1	16	8	1,6
0,5	4	2	0,8

Różowa barwa fantazyjna (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	56	28	6,4
1	16	8	1,6
0,5	4	2	0,8

RYNEK

Zółta barwa fantazyjna (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	15	7,5	3
1	3	1,5	0,75
0,5	0,45	0,3	0,15

BERYL

Akwamaryna (P)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	1,2	0,5	0,15
3	0,36	0,1	0,03
1	0,1	0,03	0,01

Szmaragd, Kolumbia

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	40	7,2	1
3	8,8	1,6	0,2
1	2	0,4	0,04

Szmaragd, Zambia (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	6	3	–
1	2	1	–
0,5	0,8	0,4	–

Szmaragd, Zambia (I)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	5,1	1,2	0,3
1	1,2	0,3	0,045
0,5	0,3	0,06	0,015

KORUND

Rubin, Birma (Mogok) (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	120	48	16
3	16	8	2,4
1	1,2	0,64	0,16
0,5	0,32	0,16	0,04

Rubin, Birma (Mong Hsu) (P)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	6,4	2,4	0,28
1	0,6	0,4	0,08
0,5	0,12	0,06	0,02

Rubin gwiaździsty, Sri Lanka (P)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	8	2,8	0,96
3	1,6	0,8	0,24
1	0,16	0,08	0,03

Szafir, Sri Lanka (P)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	8,1	1,8	0,36
3	1,8	0,45	0,09
1	0,23	0,11	0,02

Szafir, Sri Lanka (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	9	2	0,6
3	2,4	0,6	0,12
1	0,24	0,12	0,02

Szafir, Kaszmir (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	28	14	–
3	7	3,5	–
1	1,05	0,35	–

Szafir gwiaździsty (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	28	14	–
3	7	3,5	–
1	1,05	0,35	–

CHRYZOBERYL

Aleksandryt (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	12,5	3	0,3
1	0,75	0,15	0,025
0,5	0,75	0,15	0,025

Kocie oko (cymofan) (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	6	4	1,6
3	1,3	0,8	0,3
1	0,24	0,08	0,02

CYRKON

Niebieski (P)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	0,64	0,24	0,2
3	0,16	0,08	0,04
1	0,32	0,016	0,008

GRANAT

Rodolit (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	0,06	0,21	0,09
3	0,06	0,03	0,009
1	0,009	0,006	0,003

Tsaworyt (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	1,3	0,08	0,32
1	0,32	0,32	0,05
0,5	0,08	0,05	0,02

JADEIT

Jadeit (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	12	1,2	0,2
3	1,6	0,4	0,08
1	0,4	0,08	0,02

KORAL

Różowy (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
4,5	0,15	0,03	0,005
1,4	0,075	0,005	0,001
0,25	0,002	0,0005	0,0001

KORDIERYT

Kordieryt (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	0,6	0,3	0,12
3	0,09	0,06	0,03
1	0,018	0,012	0,006

KWARC

Ametyst (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	0,16	0,06	0,02
3	0,04	0,02	0,006
1	0,008	0,006	0,004

Cytryn (P)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	0,16	0,06	0,02
3	0,04	0,02	0,006
1	0,008	0,006	0,004

LAZURYT (LAPIS LAZULI)

Lapis lazuli (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Brak danych	
2	0,6	0,24	0,06
1	0,06	0,02	0,002
0,5	0,3	0,01	0,001

OLIWIN

Perydot (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	0,6	0,18	0,03
3	0,75	0,03	0,006
1	0,15	0,006	0,003

OPAL

Czarny (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	5	1	0,15
3	2,5	0,5	0,05
1	0,35	0,1	0,02

Boulder (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	1,2	0,2	0,03
3	0,6	0,12	0,02
1	0,14	0,06	0,01

Mleczny (biały) (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	1	0,3	0,03
3	0,4	0,1	0,01
1	0,05	0,02	0,003

Ognisty (meksykański) (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	4	1,2	0,2
3	0,9	0,3	0,06
1	0,15	0,06	0,02

SPINEL

Czerwony (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	12	4	1
3	3	1	0,3
1	0,3	0,1	0,03

TOPAZ

Imperial (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	2	1	0,3
3	0,4	0,2	0,06
1	0,1	0,04	0,01

Różowy (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Brak danych	
3	0,6	0,24	0,06
1	0,1	0,04	0,012
0,5	0,028	0,02	0,006



**Pracownia Gemmologiczna
Jacek Oźdżeński**

**Ekspertyzy, ocena i wycena
diamentów i kamieni szlachetnych**

**42-600 Tamowskie Góry, ul. Ułańska 6c/13
filia: 41-500 Chorzów, ul. Kilińskiego 5**

członek fachowy:

- Stowarzyszenia Rzeczoznawców Jubilerskich w Polsce
- Polskiego Towarzystwa Gemmologicznego
- Deutsche Gemmologische Gesellschaft

**tel. prac. 032/ 771 09 43
tel. pryw. 032/ 285 58 86**

TURKUS

Turkus (I)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
6	0,12	0,064	0,024
2	0,03	0,016	0,008
1	0,01	0,008	0,004

TURMALIN

Dwubarwny (N)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	1	0,3	0,1
3	0,2	0,1	0,03
1	0,07	0,03	0,01

Paraiba (P)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10		Ceny aukcyjne	
3	6	1,2	0,09
1	1,2	0,3	0,03
0,5	0,21	0,06	0,015

Zielony (P)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	0,9	0,36	0,072
3	0,18	0,06	0,018
1	0,048	0,018	0,003

ZOISYT

Tanzanit (H)

Masa (kr)	JK	JJ	JG
10	1,44	0,72	0,36
3	0,36	0,18	0,09
1	0,072	0,036	0,018

Notowania cen – diamenty okrągłe, pełen szlif brylantowy*

	IF	VVS ₁	VVS ₂	VS ₁	SI ₁	SI ₂	P ₁	P ₂	P ₃
Gradacja 0,01 - 0,03 kr									
D E F	900		800	740	650	580	450	260	
G H	800		740	680	640	510	410	220	
I J	720		650	610	560	420	350	210	
K L	550		500	450	440	360	300	200	
M N O	410		360	350	340	230	220	150	
Gradacja 0,04 - 0,07 kr									
D E F	930		820	750	690	590	450	280	
G H	810		760	700	660	540	420	250	
I J	750		670	610	600	460	370	220	
K L	570		530	450	420	360	310	200	
M N O	430		380	350	340	250	240	180	
Gradacja 0,08 - 0,14 kr									
D E F	1020		900	820	780	600	490	290	
G H	890		810	780	680	570	440	240	
I J	760		720	630	590	450	420	220	
K L	640		580	490	450	390	350	200	
M N O	500		440	400	380	280	260	190	
Gradacja 0,15 - 0,17 kr									
D E F	1170		1020	920	810	660	510	310	
G H	1050		920	860	760	600	480	270	
I J	870		830	760	670	560	440	240	
K L	750		700	620	540	440	360	230	
M N O	600		550	480	380	330	300	200	
Gradacja 0,18 - 0,22 kr									
D E F	1540		1310	1190	1050	820	640	390	
G H	1320		1200	1110	990	760	590	320	
I J	1150		1030	960	880	670	520	300	
K L	900		850	800	700	580	420	280	
M N O	710		680	630	570	500	410	260	

	IF	VVS ₁	VVS ₂	VS ₁	SI ₁	SI ₂	P ₁	P ₂	P ₃
Gradacja 0,23 - 0,29 kr									
D E F	2280		1800	1400	1180	880	780	480	
G H	1880		1560	1250	1100	840	700	430	
I J	1370		1180	1180	1000	770	620	380	
K L	1050		950	900	840	720	520	340	
M N O	870		820	760	670	550	470	300	

Przedstawione w tabelach orientacyjne ceny wartości rynkowej netto podane są w USD za 1 kr masy. Obejmują one kamienie, których szlif, proporcja szlif i wykończenie oceniane są na bd – bd.

Ceny w obrocie wewnątrzbranżowym dla poszczególnych pozycji w zależności od wielkości transakcji, sposobu zakupu i rozbieżności w jakości szlifów mogą znacznie różnić się od podanych w tabelach.

* Podane ceny uzyskano z Centrum Obrotu Diamentami i Kamieniami Szlachetnymi w Poznaniu.

Notowania cen surowca bursztynowego**

Masa (g) lub właściwości	Ceny średnie na początek roku				Ceny na 01.09.2001 r. od-do
	1997	1998	1999	2000	
500-1000	1400	1600	1650	2000	1900-3000
300-500	1200	1200	1180	1400	1300-1800
200-300	960	1100	1020	1050	900-1300
100-200	800	990	720	750	800-950
60-100	700	750	550	630	670-720
40-60	600	680	500	540	530-600
10-40	450	450	370	420	360-500
5-10	275	350	230	240	230-320
1-5	200	180	110	120	95-170
0,5-1	60	50	45	50	20-90
poniżej 0,5	15	12	10	12	15-35
bursztyn warstwowy					
ponad 5	100	110	100	120	65-240
bursztyn zanieczyszczony (porowaty) ponad 10	40	50	50	50	20-100

Klasyfikacja surowca według gatunków handlowych jest oparta na zasadach ustalonych przez Komisję Rzeczoznawców Międzynarodowego Stowarzyszenia Bursztynników w Gdańsku. Przy dopuszczeniu do obrotu w klasyfikacji według masy bryłek częściowo zanieczyszczonych lub z innymi wadami stosowane są opusty do 50%.

Wycena odnosi się do średniej granulacji (mieszanki) w danej kategorii granulacyjnej (na przykład od 10 do 40 g), a cena minimalna i maksymalna jest notowaniem różnic przy konkretnych transakcjach zakupu. Surowiec ze złóż ukraińskich oferowany jest 10-15% taniej niż z Sambii.

Przy analizie ruchu cen w stosunku do lat poprzednich należy wziąć pod uwagę zjawisko inflacji i zmiany kursów walut (głównie USD).

Od cen skupu od ludności obowiązuje potrącenie i wpłata do Urzędu Skarbowego podatku od czynności cywilnoprawnych 2%.

Ceny zakupu w firmach są wyższe o około 10% plus podatek VAT 22%.

Klasyfikacja handlowa nie obejmuje brył powyżej 1000 g i bryłek z inkluzjami organicznymi, które traktowane są jako unikatowe okazy przyrodnicze i mają ceny znacznie wyższe.

**W złotych za 1 kg; kurs dolara – 4,25 zł.

Opracowali: J. Leśniak i T. Sobczak



"J.W. PALUSZKIEWICZ"

- złotnictwo - jubilerstwo P.H.U.

62-053 PECNA (pow. Poznań), ul. Szkolna 28

tel./fax. 061/813 78 13, tel. kom. 0604 422 680



Wszelkie usługi złotnicze na indywidualne zamówienia wykonywane ręcznie tradycyjnymi technikami złotniczymi