



В ожидании нового сезона в ювелирной отрасли аналитики изучают ситуацию на рынке и строят прогнозы развития алмазно-бриллиантовой индустрии на краткосрочный и долгосрочный периоды. Не остался в стороне и ОАО ПО «Кристалл».

ЮВЕЛИРНАЯ ОТРАСЛЬ РОССИИ УСТРЕМЛЯЕТСЯ ВПЕРЕД

Елена ЩЕБЕТКОВА,
специалист
по анализу рынка
ОАО ПО «Кристалл»

В 2009 году произошла стабилизация рынка после кризиса и, начиная с сентября, наблюдался умеренный рост спроса и увеличение цен на алмазы и бриллианты. Это повысило позитивные ожидания участников рынка в 2010 году и явилось основным фактором улучшения ситуации на рынке. Мировые цены на алмазное сырье выросли на 26%, преодолев докризисные высоты. Обобщенный ценовой индекс PolishedPrices на бриллианты за 2010 год вырос на 13,8%, превысив все прогнозные значения. Продажи ювелирных изделий на основном рынке – в США – выросли на 7,7%. Американский потребительский

индекс цен на ювелирные изделия поставил в апреле 2011 года новый рекорд. Он поднялся на 9,6% в годовом сравнении, набрав 175,49 пункта, отметив, таким образом, четыре месяца подряд с уровнем более 170 пунктов и 39 месяцев подряд с уровнем выше 150 пунктов.

В целом – принимая во внимание более низкую банковскую задолженность, ставшую более экономной производственную деятельность, ожидаемый рост ВВП на всех важных рынках, а также недавно перенесенную экономическую травму – все выглядит так, будто мы стоим на весьма позитивном пути.



Так или иначе, можно утверждать, что в глобальном понимании отрасль уже вышла из кризиса, хотя на рынке присутствуют некоторые элементы спекуляции, особенно в том, что касается оборота алмазного сырья. Сейчас самое главное для алмазной промышленности работать в направлении уменьшения рисков, побуждая компании становиться все более прозрачными в рамках своих операций.

Российский рынок алмазов и бриллиантов напрямую зависит от ситуации в отрасли в мире, поскольку отечественная гранильная промышленность в основном ориентирована на экспорт своей продукции. Как правило, Россия экспортирует дорогую и высококачественную продукцию, в том числе бриллианты так называемой русской огранки. Основными покупателями российских бриллиантов являются Израиль, США и Бельгия.

Внутренний рынок бриллиантов в последнее время активно развивается. Однако в силу ограниченной платежеспособности населения спрос формируется за счет относительно дешевой продукции с мелкими камнями, поставляемыми в основном из Индии, где их производство более рентабельно. Ювелирные предприятия лишь в небольших объемах приобретают бриллианты российского производства.

В секторе розничной торговли ювелирными изделиями в настоящее время наблюдаются две тенденции. С одной стороны, ритейлеры в массовом сегменте, стремящиеся получить максимально быструю оборачиваемость капитала, цены на золотые изделия фактически не поднимают, но продолжают применять маркетинговые ходы, увеличивая цену на изделия только для того, чтобы предложить покупателю сезонные скидки. С другой стороны, ритейлеры в сегменте премиум, следуя за рынком, повысили розничные цены на свои изделия. В целом можно сделать вывод, что на рынке золотых ювелирных украшений пока сохраняется элемент нестабильности. Развитие ювелирного рынка в России зависит от качественного улучшения ситуации в экономике и от восстановления докризисного уровня спроса.

Целесообразно выделить основные тенденции на российском ювелирном рынке:

1. На рынке ужесточилась борьба за покупателя, потребительское поведение стало жестко избирательным. Сохраняется тенденция расширения ассортимента продукции в пользу легковесных изделий из золота и изделий из серебра. Ювелирный рынок становится рынком потребителя, производители стремятся стимулировать спрос и уже с учетом спроса разрабатывают новые предложения.



2. Продолжается процесс ротации основных участников рынка, федеральные ювелирные сети стремятся удерживать своего потребителя, некоторые операторы продолжают расширять свое присутствие в регионах.
3. Большинство торговых предприятий за основу своей маркетинговой политики приняли концентрацию усилий на специальных ценовых предложениях и на жесткой оптимизации ассортимента. При этом значительно сократилось число посредников между производителем и розничным оператором.
4. Ювелирный бизнес постепенно стал восстанавливаться после кризиса, крупные ювелирные компании стали задумываться о долгосрочных проектах. Важным критерием развития торговой сети становится популярность и узнаваемость торгового бренда на российском рынке.
5. Крупные федеральные ритейлеры занимают выжидательную позицию на рынке, рассчитывая на стабилизацию рыночных продаж. Компании стремятся к консолидации и к созданию альянсов с целью выстраивания единой ценовой политики, для оптимизации расходов на рекламу и пр.

Резюмируя, можно сказать, что развитие российского ювелирного рынка идет в полном соответствии с экономическими реалиями страны. При наличии благоприятного экономического фона – низкого уровня инфляции, роста благосостояния населения, поддержки ювелирной отрасли на государственном уровне, – есть все основания полагать, что один из наиболее люксовых секторов экономики наконец и в России займет свое достойное место, став полноправным, цивилизованным и общедоступным. **Н**