



DOI 10.22363/2313-2329-2019-27-3-466-478
УДК 339.97

Научная статья

Современные мировые тенденции алмазного рынка и их влияние на развитие алмазно-бриллиантовых комплексов России и Индии

О.А. Мальцева, Н.Г. Хромова

Московский государственный институт международных отношений МИД России
Российская Федерация, 119454, Москва, пр-т Вернадского, 76

В статье рассмотрены современные тенденции развития мирового алмазно-бриллиантового комплекса (АБК). Особое внимание уделено растущему присутствию на алмазном рынке лабораторно выращенных алмазов, их влиянию на рынок природных алмазов и возрастающим возможностям цифровых технологий во всех отраслях АБК. Кроме того, рассмотрены изменения в предпочтениях нового поколения покупателей и проблемы доступности источников финансирования отрасли. Целью работы было выявить, каким образом современные тенденции повлияют на развитие АБК России и Индии. Актуальность работе также придает то, что авторами были изучены последние опубликованные материалы на данную тематику и проанализированы мнения практиков. Результат работы представлен в виде детального изучения современных тенденций и потенциальных угроз для АБК России и Индии. В заключение сделан вывод о необходимости новой стратегии развития АБК России и Индии и сформулированы задачи для ее выработки.

Ключевые слова: алмазно-бриллиантовый комплекс; лабораторно выращенные алмазы; цифровые технологии; изменение предпочтений покупателей; финансирование отраслей АБК

Введение

Алмазно-бриллиантовый комплекс (АБК) является важной составляющей международного рынка и состоит из следующих отраслей: геологоразведочной, алмазодобывающей, гранильной, ювелирной, оптовой и розничной торговли алмазной продукцией.

В России присутствуют все отрасли АБК. По уровню добычи алмазного сырья Россия занимает первое место в мире (29 %), а по объемам производства бриллиантов только около 2 % мирового рынка бриллиантов¹.

© Мальцева О.А., Хромова Н.Г., 2019



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

¹ Рассчитано авторами на основании данных за 2017 г. Кимберлийского процесса. URL: <https://kimberleyprocessstatistics.org/> и <http://www.idexonline.com/pipeline> 2017.pdf (дата обращения: 20.08.2018).

В Индии практически нет добычи алмазов (0,03 %)², между тем эта страна является крупнейшим в мире и самым низкокзатратным центром огранки алмазного сырья. В настоящее время на долю Индии приходится около 80 % мирового производства бриллиантов в стоимостном выражении³. В этой связи необходимо отметить, что вплоть до конца 1960-х гг. индийская гранильная промышленность играла незначительную роль в стране и мировом АБК. Так, в 1960 г. доля Индии в мировом объеме производства бриллиантов составляла всего 0,3 % (Фридман, Вечерина, 2008). Глубокие преобразования в гранильной отрасли страны начались с 1990-х гг. и совпали с «масштабным проведением либеральных реформ, результатом которых стало постепенное превращение Индии в один из современных двигателей мировой экономики» (Галищева, 2013). Российские индологи А.И Медовой и Н.В Галищева отмечают: «Начало 90-х гг. прошлого столетия стало рубежом, с которого индийская экономика начала осуществлять переход к новой экономической модели, ориентированной на рост инвестиционной активности частного сектора и расширение рыночных отношений. Реформы имели системный характер, они охватывали все сферы экономики» (Медовой, Галищева, 2009).

После периода нестабильности 2017 и 2018 гг. стали успешными для мировой алмазной промышленности, рост выручки составил примерно 2 % во всех сегментах АБК. Алмазодобывающие компании достигли беспрецедентного роста производства (почти на 20 % в каратах) в 2017 г. При условии сохранения роста спроса на ювелирные изделия с бриллиантами ожидается улучшение показателей рентабельности сегмента огранки. Индия сохраняет лидерские позиции в этом сегменте благодаря более низким затратам на рабочую силу, благоприятной нормативной среде и относительно лучшему доступу к финансированию. В соответствии с положительными тенденциями рынка предметов роскоши глобальные продажи ювелирных изделий с бриллиантами выросли на 2 % в долл. США в 2017 г., что было вызвано сильными макроэкономическими показателями в США и оживлением спроса в Китае⁴.

Несмотря на общий позитивный прогноз развития рынка алмазов существуют тенденции, которые значительным образом могут повлиять на дальнейшее развитие АБК.

Среди ключевых тенденций можно выделить:

- растущее присутствие выращенных в лаборатории алмазов;
- влияние цифровых технологий и инноваций;
- изменение предпочтений молодых поколений покупателей.

Вышеуказанные тенденции определяют направление деятельности всех участников АБК и в том числе одних из главных его игроков: России (миро-

² Рассчитано авторами на основании данных за 2017 г. Кимберлийского процесса. URL: <https://kimberleyprocessstatistics.org/> и <http://www.idexonline.com/pipeline2017.pdf> (дата обращения: 20.08.2018).

³ Рассчитано авторами на основании данных за 2017 г. URL: <http://www.idexonline.com/pipeline2017.pdf> (дата обращения: 20.08.2018). В некоторых источниках указывается – 90 %.

⁴ The Global Diamond Industry 2018. Bain & Company, Inc. P. II.

вого лидера по добыче алмазов) и Индии (абсолютного лидера в производстве бриллиантов).

Обзор литературы

В основе проведенного исследования лежит анализ аналитических отчетов международной консалтинговой компании Bain & Company и компании De Beers, а также публикации профильных СМИ в области рынка алмазов и бриллиантов (экспертные статьи и оценки, интервью). При подготовке использовались исследования в области технических и синтетических алмазов (Андреева, Маршинцев, Шарин, 2004), монографии в области АБК Индии (Фридман, Вечерина, 2008). Неоценимое значение для исследования имели работы отечественных индологов и востоковедов, чьи труды проливают свет на особенности индийской экономической деятельности на современном этапе (Галищева, Медовой, 2009, 2013, 2015), также был использован практический опыт делового сообщества, полученный из опросов представителей бизнеса.

Методы и подходы

В ходе исследования использовались различные методы, такие как индукция и дедукция, абстрагирование и конкретизация, анализ и синтез, системный и комплексный подходы. Методика исследования базировалась на критическом экономическом анализе тенденций развития АБК. При анализе материалов СМИ был задействован контент-анализ. Информационной основой послужили данные компаний и статистические данные.

Результаты

Одна из ключевых тенденций, влияющих на дальнейшее развитие алмазно-бриллиантового рынка, – растущее присутствие в отрасли лабораторно выращенных алмазов (ЛВА).

В 2018 г. произошли два важных события на рынке ЛВА:

1) в июле Федеральная торговая комиссия США внесла поправки в «Руководства по ювелирным изделиям», уточнив, что по алмазной терминологии «алмаз – это алмаз» независимо от его происхождения;

2) в сентябре компания De Beers Group⁵ запустила розничную торговлю модными ювелирными изделиями с синтетическими камнями под названием Lightbox Jewelry, которая представила новую ценовую парадигму.

Примечательно, что алмазы, выращенные в лаборатории, существуют уже более 60 лет и до 2018 г. их влияние на рынок натуральных камней было незначительно.

Синтез алмазов впервые в мире был осуществлен в Швеции в 1953г., а через 6 лет этот опыт повторили в СССР. Между тем лишь в 1980-х гг.

⁵ Компания De Beers основана в 1888 г. на территории нынешней ЮАР, международная корпорация занимается добычей алмазов на месторождениях в Ботсване, ЮАР, Канаде и Намибии. De Beers единственная компания в мире сопоставимая с группой компаний «АЛРОСА» по объемам добычи.

начался интенсивный рост производства синтетических алмазов. В России рынок синтетических алмазов фактически сформировался с начала 2000-х гг., основные центры по их производству – Москва, Новосибирск и Санкт-Петербург.

Сейчас мировой объем производства ЛВА превышает объем добычи натуральных технических алмазов. Для сравнения: добыча природных алмазов в 2016 г. составила 126 млн карат, а объем рынка синтетических алмазов – около 4,4 млрд карат.

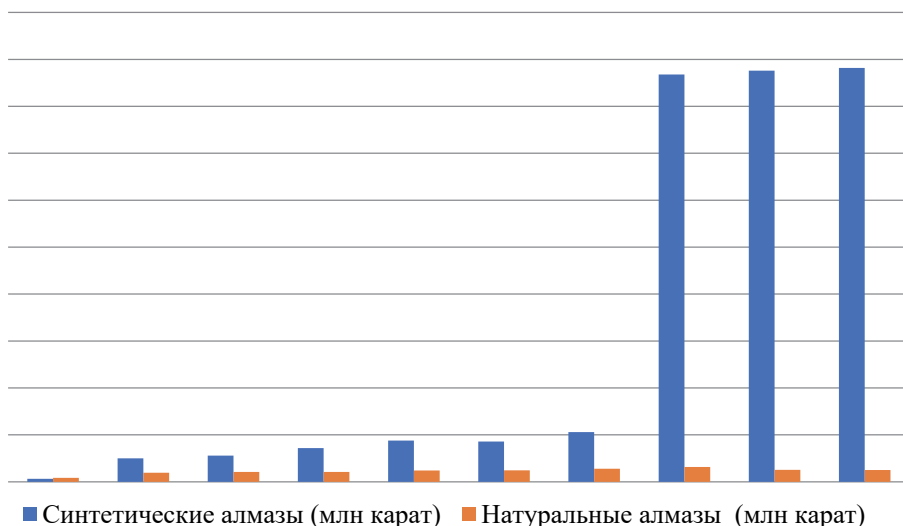


Рисунок. Производство синтетических и натуральных алмазов в мире (млн карат)
[Figure. Production of synthetic and natural diamonds in the world (million carats)]

Источники: построено по данным: Андреева Т.С., Маршинцев В.К., Шарин П.П. Рынок технических алмазов. Якутск, 2004. С. 22–23; US Geological Survey Minerals Yearbook, 1996–2016. URL: <https://minerals.usgs.gov/minerals/pubs/commodity/diamond/index.html#myb> (дата обращения: 15.03.2019).

С 2004 г. около 90 % мирового производства синтетических алмазов сосредоточено в Китае⁶.

В настоящее время существуют две технологии производства ЛВА.

Первая технология – *метод высокого давления и высоких температур* (High pressure, high temperature – HPHT), заключается в воздействии на исходный углеродсодержащий материал высоким статистическим давлением и температурой в течение от нескольких секунд до нескольких минут. Таким образом имитируются природные условия для роста алмазов. Основной объем синтетических алмазов производится этим методом (99 %), он более дешевый (по сравнению со вторым) и с его помощью можно получать разнообразные алмазы по структуре и размерам, которые используются в основном в строительной отрасли.

⁶ Рассчитано авторами на основании отчетов US Geological Survey Minerals Yearbook.

Вторая технология – *газофазный синтез* (Chemical vapor deposition – CVD). Суть метода в том, что паровая фаза, осаждающаяся слой за слоем в камере, наполненной ионизированным газом, позволяет получать сверхчистый алмаз для применения в исключительно высоких технологиях – создании современных ядерных установок или ускорителей сверхбольшой мощности. Доля рынка алмазов, выращенных таким способом, мала – 1 %. Достоинства таких камней: оптическая прозрачность, отличные полупроводниковые свойства, высокая теплопроводность. В основном используются в высокотехнологичных отраслях, медицине и ювелирной промышленности.

Газофазный метод (CVD) более дорогостоящий и первоначально с его помощью можно было производить только мелкие и низкокачественные камни. Между тем развитие в этой области технологий помогло занять ЛВА более конкурентную позицию на рынке. В частности, новая технология химического осаждения из паровой фазы значительно сократила затраты на производство более крупных и высококачественных алмазов. Сегодня стоимость производства алмаза этим методом составляет от 300 до 500 долл. за карат, по сравнению с 4000 долл. за карат в 2008 г. То есть с 2008 г. себестоимость производства алмазов CVD-методом снизилась в десять раз и ожидается дальнейшее сокращение. Поскольку производственные затраты снизились, соответственно, снизились розничные и оптовые цены. Причем заметное снижение произошло в последние два года – розничная цена алмазов, выращенных в лаборатории, снизилась почти в 2 раза, а оптовые цены упали в три раза. Ожидается, что цены будут снижаться еще больше, поскольку эффективность производства растет и на рынок выходят новые конкуренты⁷.

Сейчас производители ЛВА стоят перед выбором: заниматься производством камней ювелирного качества (используемых в качестве вставок в ювелирные изделия) или производить алмазы для высокотехнологичных отраслей. По нашему мнению, последний вариант имеет наибольший потенциал для долгосрочного роста и доходности. Например, датчики, полупроводники и медицинские режущие инструменты представляют собой развивающийся рынок для алмазов, производимых с помощью CVD-технологии.

По оценке экспертов Bain & Company, в настоящее время емкость рынка ЛВА в качестве драгоценных камней, оценивается в 2 млн карат. К 2030 г. рынок может вырасти до 10–17 млн карат, если этот сегмент сможет поддерживать свои текущие ежегодные темпы роста от 15 до 20 % при поддержке потребительского спроса и устойчивой экономики⁸.

В конечном счете маркетинг и потребительское восприятие определит влияние ЛВА на рынок природных алмазов. В этой связи существуют три сценария: потребители могут воспринимать выращенные в лаборатории и природные алмазы как взаимозаменяемые (за исключением камней самого высокого качества), как два разных продукта или «где-то посередине» (клиенты будут отличать два продукта в некоторых случаях, кроме некачественных камней). Вероятно, что потребители будут рассматривать ЛВА как модные изделия (бижутерию), но не предметы роскоши. Если добывающая алмазная

⁷ The Global Diamond Industry 2018. Bain & Company, Inc. P. 26.

⁸ Ibid. P. 24.

промышленность сможет отделить отрасль природных алмазов от выращенных в лаборатории (то есть позиционировать ЛВА как модные изделия, а не предметы роскоши), тогда спрос на природные алмазы, вероятно, не будет снижаться. Этой стратегии придерживается компания De Beers.

Анализ современной стратегии De Beers разумней начать с определения роли компании в мировой алмазной промышленности. До 2000 г. De Beers была главным мировым регулятором рынка алмазов и на протяжении большей части XX в. доминировала на мировом алмазном рынке. Она регулировала цены на алмазное сырье (покупая избыточные запасы) и вкладывала значительные средства в рекламу бриллиантов⁹ для поддержания их спроса. В течение почти 100 лет этот подход работал хорошо. Изменения произошли в 2000 г., когда компания изменила стратегию и от действующей одноканальной системы сбыта алмазов перешла к новой рыночной стратегии – «Предпочитаемый поставщик». De Beers утратила роль монополиста и больше не могла регулировать спрос и предложение для поддержания цен. И хотя сейчас De Beers больше не является регулятором алмазного рынка, компания по-прежнему его ключевой субъект, продающий около 34 %¹⁰ мировых алмазов.

В сентябре 2018 г. компания De Beers представила линию ювелирных изделий ЛВА – предприятие Lightbox Jewelry, которое, по словам директора Брюса Кливера, в конечном итоге может принести доход до 200 млн долл. в год¹¹. Между тем эта цифра может быть небольшой по сравнению с бизнесом с натуральными алмазами компании стоимостью 6 млрд долл. В этой связи господин Кливер признает: «Синтетика никогда не будет таким же большим бизнесом, как наш бизнес с натуральными алмазами. Но у нас есть огромное преимущество перед всеми остальными, учитывая ноу-хау и инфраструктуру, предоставляемые Element Six»¹².

Новая компания, основанная De Beers, Lightbox Jewelry, продает модные ювелирные украшения с лабораторно выращенными камнями разных цветов. В Lightbox используется линейная модель ценообразования, отражающая линейную стоимость производства, при которой все выращенные в лаборатории камни стоят 800 долл. за карат независимо от размера. Камни Lightbox не будут оцениваться как природные алмазы, так как оценка свидетельствует о редкости, индивидуальности камня и, следовательно, его стоимости. Компания De Beers полагает, что эти низкобюджетные изделия будут

⁹ Рекламная кампания De Beers под слоганом Diamonds are forever (Бриллианты навсегда) сделала бриллианты синонимом обручальных колец.

¹⁰ De Beers Group. The diamond insight report 2018. P. 7.

¹¹ Ожидается, что завод стоимостью в 94 млн долл. США, который De Beers построит в Грешеме (штат Орегон, США), будет генерировать 500 тыс. карат алмазов в год после его введения в 2020 г.

¹² Инновационный центр Element Six – промышленный отдел De Beers. Ученые этого подразделения около 50 лет разрабатывали и производили разнообразные инструменты для нефтяных и газовых бурильных установок, мощных лазеров и современных акустических систем. Между тем сейчас производит синтетические ювелирные камни. How “De Beers” Sees Its New Synthetics Business // Rapaport News. URL: <https://www.diamonds.net/News/NewsItem.aspx?ArticleID=62346&ArticleTitle=How+De+Beers+Sees+Its+New+Synthetics+Business> (дата обращения: 10.06.2018).

привлекательны для массового рынка, поскольку отражают потребности покупателей, которые считают изделия с синтетические камнями «забавными вещами». То есть эти изделия не рассматриваются покупателями в качестве подарка на важные события в жизни, такие как свадьба, рождение ребенка или юбилей.

Для большинства алмазодобывающих компаний и производителей бриллиантов ЛВА стали угрозой по нескольким причинам. Прежде всего, скрытое смешивание синтетических алмазов с натуральными в определенной мере подорвало доверие к отрасли. Тем не менее с момента появления детекторных машин страх перед смешиванием лабораторных алмазов с натуральными несколько ослабел.

Анализ стратегии De Beers позволяет сделать следующие выводы.

De Beers хотела бы создать четкую сегментацию двух разных отраслей: натуральной алмазной промышленности и лабораторной алмазной промышленности, поскольку некоторые производители синтетических алмазов стали позиционировать свою синтетическую продукцию в качестве приемлемого, более экологичного выбора¹³ и оценивать ее соответственно

De Beers оценивает лабораторные алмазы на основе производственных издержек, не принимая в расчет цены на природные алмазы. Но ценовая стратегия компании должна помочь создать представление о том, что эти два продукта достаточно различны и должны иметь отдельные рынки. У них нет уникальности и редкости. Это очень отличается от бизнеса с натуральными камнями, где цены разные, это совершенно другой бизнес»¹⁴. В этой связи мировой АБК уже отреагировал снижением цен на лабораторно выращенные алмазы¹⁵. Этот проект De Beers вызвал беспокойство у всех участников мирового алмазного рынка и, безусловно, касается главных участников отрасли России и Индии. В этой связи для дальнейшего развития алмазной отрасли России и Индии необходимо выработать стратегию относительно влияния на отрасль нового продукта. По мнению председателя Совета по содействию экспорту драгоценных камней и ювелирных изделий Индии (GJERC) Промода Кумара Агравала: «Синтетические и природные бриллианты являются совершенно разными товарами, и каждый из них будет иметь собственный рынок и своих потребителей. Но все усилия должны быть направлены на раздельное существование природных и синтетических бриллиантов. Настало время наметить различные маркетинговые стратегии для обоих продуктов»¹⁶.

¹³ Например, компания Diamond Foundry привлекла в качестве инвестора Леонардо Ди Каприо своей целью – «сокращать вред, который наносит человечеству и окружающей среде алмазодобывающая отрасль, рационально культивируя бриллианты и не прибегая к разрушающей добыче».

¹⁴ How De Beers Sees Its New Synthetics Business // Rapaport News. URL: <https://www.diamonds.net/News/NewsItem.aspx?ArticleID=62346&ArticleTitle=How+De+Beers+Sees+Its+New+Synthetics+Business> (дата обращения: 10.06.2018).

¹⁵ Оптовые цены на ЛВА упали на 30–60 % после начала продаж продукции Lightbox.

¹⁶ Индия готовится стать крупным рынком высококачественных ювелирных украшений // Rough and Polished. URL: <https://www.rough-polished.com/ru/exclusive/111776.html> (дата обращения: 21.10.18).

Между тем группа компаний «АЛРОСА»¹⁷ не планирует менять стратегию, интегрироваться на новый рынок (рынок ЛВА. – О.М, Н.Х.), запустить собственное синтетическое производство или продавать алмазы, выращенные в лаборатории. Так, генеральный директор «АЛРОСА» С.С. Иванов выразил надежду, что эта инициатива приведет к дифференциации натуральных алмазов и синтетических камней, подчеркнув статус синтетики как отдельного продукта с низкой ценой. Однако нельзя отрицать, что это увеличит спрос на синтетические камни и вызовет девальвацию алмаза как понятия¹⁸. В этой связи «АЛРОСА» нужно переосмыслить свою стратегию и понять, на какой ассортимент повлияют ЛВА, выработать новый подход к маркетинговой стратегии. Российские производители¹⁹ синтетических алмазов отмечают, что рост их продукции никоим образом не составит конкуренцию натуральным камням в ювелирном производстве²⁰.

Следует отметить еще одно важное событие 2018 г., Федеральная торговая комиссия (ФТС) США расширила свое определение понятия «алмаз», включив в него те, которые выращиваются в лаборатории. Предыдущее определение алмаза ФТС гласило: «Алмаз – это природный минерал, состоящий в основном из чистого углерода, кристаллизованного в изометрической системе». Теперь это определение больше не используется. В новый список не входит слово «натуральный». Представители ФТС пояснили, что, когда комиссия впервые использовала это определение в 1956 г., на рынке был только один вид алмазного продукта – природные камни, добытые из недр земли», но с тех пор технологические достижения позволили создать алмазы в лаборатории. Эти камни имеют по существу те же оптические, физические и химические свойства, что и добытые алмазы. Таким образом, это алмазы. Комиссия предлагает маркетологам использовать такие слова, как «культивированный», «лабораторный». Раньше компании алмазной промышленности использовали слово «синтетический» для описания камней, сделанных на фабриках.

По мере того как отрасль лабораторных алмазов продолжает развиваться, а цены на ЛВА снижаются, игрокам по всей цепочке создания стоимости природных алмазов необходимо будет определить, как реагировать и как позиционировать свою продукцию среди потребителей. Например, есть мнение, что отрасль природных бриллиантов Индии сможет выдержать конкуренцию с ЛВА, если будет заниматься производством крупных высококачественных камней.

Для оценки ситуации на рынке прошло не так много времени, но потенциальная угроза для рынка природных алмазов существует. Мы полагаем, что изменения в алмазной промышленности произошли и это может трансформи-

¹⁷ «АЛРОСА» – крупнейшая российская алмазодобывающая компания, на долю которой приходится 29 % мировой и 95 % российской добычи алмазов.

¹⁸ Diamond Industry & Analysts React to “De Beers” Synthetic Diamond Adventure // The Diamond Loupe. URL: <https://thediamentloupe.awdc.be/world-news/2018-05-30/diamond-industry-analysts-react-de-beers-synthetic-diamond> (дата обращения: 10.07.2018).

¹⁹ ФГБНУ «ТИСНУМ», ООО «Невский бриллиант».

²⁰ Грядут перемены в нормативно-правовом регулировании оборота драгоценных камней // Ювелир.info. URL http://uvelir.info/news/grjadut_peremeny_v_normativno-pravovom_regulirovanii_oborota_dragocennyh_kamnei/ (дата обращения: 20.02.2019).

ровать алмазный рынок, потому что алмазы, выращиваемые в лаборатории, могут воспроизводиться бесконечно, а природные месторождения истощаются.

Следующей важной тенденцией является растущее влияние цифровых технологий и научно-технологическое развитие в отраслях АБК. Новые цифровые технологии влияют на все сегменты АБК, позволяя компаниям, добывающим алмазы, игрокам среднего звена (огранщикам, ювелирам) и ритейлерам повышать эффективность своей деятельности. Маркетинговые усилия, в которых используются цифровые технологии, также могут обеспечить превосходное качество обслуживания клиентов. Помимо прочих преимуществ цифровые технологии помогают усилиям по обеспечению прозрачности и эффективности во всех сегментах АБК. Например, чтобы помочь потребителям уверенно определить происхождение бриллиантов компания, De Beers тестирует первую в отрасли систему блокчейн для отслеживания драгоценных камней каждый раз, когда они переходят из рук в руки, начиная с момента их добычи. Платформа блокчейн присваивает уникальный идентификатор Global Diamond ID каждому камню. В системе блокчейн прописываются все характеристики алмаза, то есть вес, цвет и степень прозрачности. Далее все данные объединяются в системе цифрового регистра. Затем система перепроверяет указанные данные на каждой контрольной точке движения алмаза, от места добычи до полки ювелирного магазина.

Российская добывающая компания «АЛРОСА» также изучает технологию трейсинга²¹ камней и рассматривает возможность сотрудничества с De Beers по этому проекту, но рассматривает и другие подобные проекты. Для поддержания прозрачности рынка в России планируется развивать цифровую каталогизацию. Проводится эксперимент по маркировке и клеймению камней. В нем задействованы Минфин РФ, Гохран РФ, АК «АЛРОСА» и Пробирная палата. «От рудника до пальца» – так можно кратко охарактеризовать суть эксперимента. АК «АЛРОСА» маркирует сырье, предприятия (участвующие в эксперименте) приобретают, сортируют и отслеживают дальнейшее движение камней (в частности, кто огранил или купил). Камень получает вес и характеристики, указывается, кто его собственник. И только потом он продается конечному потребителю (в дальнейшем можно будет использовать QR-код камня, паспорт камня).

Также алмазодобывающие компании используют интеллектуальное обслуживание, средства управления в реальном времени и искусственный интеллект для снижения растущих эксплуатационных расходов.

Алмазогранильные предприятия ищут передовые решения в области цифрового моделирования, чтобы сократить производственный цикл и в конечном итоге перейти к полностью автоматизированным процессам производства бриллиантов. Индийские алмазогранильные компании используют все достижения научно-технического развития и цифровых технологий. Например, индийская компания STPL выпустила первую в мире роботизированную систему для огранки алмазов, из которой полностью исключен челове-

²¹ Отслеживание происхождения – комплекс мер, позволяющих по нескольким поисковым критериям определить место происхождения и связанные с этим характеристики конкретного продукта на любом этапе изготовления и/или цепи поставки.

ческий фактор. Аппарат обладает искусственным интеллектом и способен самостоятельно проанализировать и определить наиболее оптимальный тип и форму огранки драгоценного камня, а затем самостоятельно изготовить из него бриллиант. Вероятно, эта новая система повлияет на развитие всей алмазной промышленности, так как позволит сделать процесс огранки не только более быстрым и точным, но и более рентабельным.

Отечественных инноваций на таком уровне, как у зарубежных поставщиков, на данный момент не существует. Поэтому российские предприятия вынуждены закупать дорогостоящие зарубежные установки в Индии, Израиле, США. Так, «АЛРОСА» в 2017 г. в целях повышения эффективности ограночного комплекса провела его техническое перевооружение: в дополнение к существующим разметочным комплексам была приобретена установка для 3D-моделирования и разметки алмазов Sarine XL, что позволило повысить эффективность обработки²².

В это связи необходимо развивать сотрудничество с Индией для совместных разработок высокотехнологичного оборудования и «осуществления научно-технических проектов в счет суммы задолженности Индии (перед Россией. – О.М., Н.Х.), трансформируя ее в инвестиции» (Галищева, 2015). А также весьма выгодно в том числе развитие инвестиционного сотрудничества между странами, поскольку в Индии создан привлекательный инвестиционный климат для иностранного бизнеса, благоприятная нормативно-правовая база и грамотно используются инструменты госрегулирования (в стране успешно действуют большое количество специализированных СЭЗ) (Галищева, 2012).

Третья ключевая тенденция – это смена предпочтений молодого поколения потребителей. Необходимо учитывать поведение потребителей, которое меняется по мере развития технологий, например, социальные сети оказывают влияние на новые модели прямых и онлайн-продаж. Молодое поколение потребителей заставляет игроков отрасли переосмыслить свои продажи и маркетинговые стратегии. Многие ритейлеры уже разрабатывают стратегию изменения в предпочтениях, подходы к маркетингу и операциям. Несмотря на то, что уделяется большое внимание поколению миллениалов, их преемники – поколение Z²³ набирают покупательскую способность, вынуждая индустрию переосмыслить стратегии маркетинга и продаж. Ожидается, что продажи для самостоятельной покупки и покупки в социальных сетях возрастут, привлекая молодые поколения покупателей бриллиантов.

Заключение

Помимо вышеуказанных тенденций существуют следующие угрозы:

– глобальные или региональные кризисы: потенциальные торговые риски на ближайшую и среднесрочную перспективы связаны с макроэкономическими факторами на крупнейших рынках;

²² Годовой отчет 2017 г. АК «АЛРОСА». С. 40–41.

²³ Традиционно люди поколения Z рассматриваются как дети родителей из поколения Y, пограничников поколения Y-миллениум или иногда даже поколения X. То, что предыдущие поколения называли новыми технологиями, или технологиями будущего, для поколения Z уже настоящее.

– геополитические конфликты, влияющие на доверие потребителей (например, торговые войны): если США и Китай продолжают оспаривать условия торговли, это может негативно повлиять на перспективы экономического роста в обеих странах;

– ожидается, что даже в оптимистичных сценариях добыча алмазного сырья в краткосрочной перспективе сократится из-за истощения существующих месторождений.

Таблица

Стратегические задачи АБК России и Индии в современных условиях
[Table. **Strategic tasks of the diamond complexes of Russia and India in modern conditions**]

	Россия	Индия
Алмазодобыча	Использовать возможности цифровых технологии для улучшения деятельности. Определить на какой ассортимент повлияют ЛВА и в этой связи выработать подход к маркетинговой стратегии	Принимать участие в проектах по геологоразведке и добыче алмазного сырья
Огранка алмазов	Использовать возможности цифровизации для дальнейшей оптимизации доходности и сокращения производственного цикла огранки, а также возможности автоматизированного процесса обработки	
Розничная торговля ювелирными изделиями с бриллиантами	Развивать использование социальных сетей и обеспечить возможность покупок в социальных сетях. Определить: следует ли продавать ЛВА и как это может повлиять на бренд и репутацию.	

Источник: составлено авторами.

Учитывая вышеперечисленные тенденции и угрозы России и Индии необходимо грамотно адаптироваться к переменам и выработать новую стратегию развития АБК. Основные задачи, стоящими перед странами, указаны в таблице.

Список литературы

- Андреева Т.С., Маршинцев В.К., Шарин П.П. Рынок технических алмазов / М-во науки и проф. образования Респ. Саха (Якутия); ГУ Нац. науч.-исслед. центр алмазов, драгоцен. камней и самород. золота Респ. Саха (Якутия). Якутск: ГУ ННИЦ алмазов РС(Я), 2004. 90 с.
- Галищева Н.В. Индия в мировом хозяйстве на рубеже веков: внешнеэкономические связи и внешнеэкономическая политика. М.: Буки Веди, 2013. 502 с.
- Галищева Н.В. Союз, проверенный временем. Индийско-российское сотрудничество: основные проблемы и перспективы // Азия и Африка сегодня. 2015. № 3. С. 2–8.
- Галищева Н.В. Чем Индия привлекает иностранных инвесторов // Азия и Африка сегодня. 2012. № 1. С. 29–35.
- Медовой А.И., Галищева Н.В. Экономика. М.: МГИМО(У) МИД России, 2009. 352 с.
- Фридман А.А., Вечерина О.П. Израиль и Индия – два полюса мирового алмазобриллиантового рынка. М.: Наука, 2008. 542 с.

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 13.07.2019

Дата проверки: 20.08.2019

Дата принятия к печати: 21.09.2019

Для цитирования:

Мальцева О.А., Хромова Н.Г. Современные мировые тенденции алмазного рынка и их влияние на развитие алмазно-бриллиантовых комплексов России и Индии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2019. Т. 27. № 3. С. 466–478. <http://dx.doi.org/10.22363/2313-2329-2019-27-3-466-478>

Сведения об авторах:

Мальцева Олеся Альбертовна, кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры индоиранских и африканских языков, Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России. E-mail: maltseva@hotmail.ru

Хромова Наталья Геннадьевна, соискатель кафедры мировой экономики, Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России. E-mail: hromova.nata@gmail.com

Research article

Current global trends in the diamond market and their impact on the development of diamond complexes of Russia and India

Olesia A. Maltseva, Natalia G. Khromova

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University)
76 Vernadskogo Ave., Moscow, 119454, Russian Federation

Abstract. The article deals with the current trends of the development of the global diamond complex. The authors draw attention to the growing position of lab-grown diamonds on the diamond market, their impact on the natural diamond market and the growing influence of digital technologies in all segments of the diamond complex. The article also presents some information on changes in the new generation of buyers' preferences at the present time. The authors also pay attention to the problem of the availability of sources of financing for the industry. The aim of the article is to identify how current trends will affect the development of the diamond complexes of Russia and India. The article is rather relevant as the authors has studied the latest published materials on this subject and analyzed the opinions of practitioners. The results of the investigation are presented in the form of a detailed study of current trends and potential threats to the diamond complexes of Russia and India. In conclusion the authors present the idea that there is the need for a new development strategy for the diamond complexes of Russia and India.

Keywords: diamond complex; lab-grown diamonds; digital technologies; changing customer preferences; financing of diamond complex's branches

References

- Andreeva T.S., Marshintsev V.K., Sharin P.P. (2004). *Rynok tekhnicheskikhalmazov [Technical diamond market]*. Yakutsk. (In Russ.)
- Fridman A.A., Vecherina O.P. (2008). *Izrail i Indiya – dva polyusa mirovogoalmazobrylliantovogo rynka [India and Israel are two poles of the diamond market]*. Moscow: Nauka Publ. (In Russ.)
- Galischeva N.V. (2012). Indiya privlekayet inostrannykh investorov [India attracts foreign investors]. *Aziya i Afrika segodnya*, (1), 29–35. (In Russ.)
- Galischeva N.V. (2013). *Indiya v mirovom khozyastve na rubezhe vekov: vneshneekonomicheskie svyazi i vneshneekonomicheskaya politika [India in the world at the turn of the century: foreign economic relations and foreign economic policy]*. Moscow: Buki Vedi Publ. (In Russ.)
- Galischeva N.V. (2015). Soyuz provereny vremenem. Indisko-rossiskoe cotrudnichestvo: osnovnye problem i perspektivy [Union tested by time. Indian-Russian cooperation: main problems and prospects]. *Asia i Afrika segodnya*, (3), 2–8. (In Russ.)
- Medovoi A.I., Galischeva N.V. (2009). *Ekonomika Indii [Economy of India]*. Moscow: MGIMO University. (In Russ.)

Article history:

Received: 13.07.2019

Revised: 20.08.2019

Accepted: 21.09.2019

For citation:

Maltseva O.A., Khromova N.G. (2019). Current global trends in the diamond market and their impact on the development of diamond complexes of Russia and India. *RUDN Journal of Economics*, 27(3), 466–478. <http://dx.doi.org/10.22363/2313-2329-2019-27-3-466-478>

Bio notes:

Olesia A. Maltseva, Candidate of Economic Sciences, Department of Indo-Iranian and African Languages, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University). E-mail: maltseva@hotmail.ru

Natalia G. Khromova, applicant, Department of World Economy, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University). E-mail: hromova.nata@gmail