

## О КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЮВЕЛИРНЫХ ТОВАРОВ

В статье рассматриваются вопросы качества и конкурентоспособности ювелирных товаров, вырабатываемых ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» – управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ».

The article reviews the question of quality and competitiveness of jewelry goods produced by the Gomel production association «Krystal» that is a holding managing company «Krystal Holding».

*Ключевые слова:* ювелирные товары; ассортимент; спрос; качество; конкурентоспособность.

*Key words:* jewelry goods; assortment; demand; quality; competitiveness.

Обеспечение качества товаров является проблемой национальной экономики во всем мире. От этого зависит устойчивость промышленного развития страны.

Промышленность и торговля нуждаются в комплексной оценке качества товаров, позволяющей охарактеризовать качество однородных товаров, усовершенствовать систему оценки качества большого количества товаров, на основании комплекса показателей.

В Беларуси принята Государственная программа «Качества» на 2016–2020 гг., Закон «О техническом нормировании и стандартизации» от 5 января 2004 г. № 262-З. Основное предназначение данного закона – регулирование отношений, возникающих при разработке, утверждении и применении требований к продукции, определение правовых и организационных основ, обеспечение единой государственной политики в этой области.

Для проведения комплексной оценки уровня качества и конкурентоспособности ювелирных товаров была сформирована экспертная группа, состоявшая из товароведов и работников торговли Гомельского райпо в составе семи человек.

Были выбраны базовый и девять оцениваемых образцов ювелирных изделий.

На основе результатов анкетного опроса по изучению покупательских предпочтений и номенклатуры показателей качества, установленной в стандартах, была разработана номенклатура потребительских свойств и показателей качества ювелирных изделий. Таким образом, для

оценки уровня качества и конкурентоспособности ювелирных изделий были отобраны следующие единичные показатели: состав и содержание драгоценных металлов и камней; удобство одевания, ношения и снятия изделия; масса; оригинальность формы; новизна конструкции; фактура поверхности; наличие и характер украшения; колорит; тщательность исполнения отдельных деталей и отделки; товарный вид.

Уточненная номенклатура потребительских свойств ювелирных изделий, отобранных для оценки их качества и конкурентоспособности, включает, в основном, эстетические показатели, что является особенностью данной товарной группы, поскольку основная функция ювелирных изделий состоит в удовлетворении потребностей человека в прекрасном. Поэтому главным критерием при покупке данных изделий выступает их красота.

Были исследованы восемь образцов колец производства ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» – управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ» (г. Гомель, Республика Беларусь) и 2 образца колец ЗАО «Алмаз-холдинг и К<sup>о</sup>» (г. Москва, Российская Федерация).

При разработке методики оценки уровня конкурентоспособности следовали общему алгоритму определения комплексного показателя, включающему следующие этапы: анализ ассортимента товаров на рынке с целью выбора базового образца; определение номенклатуры потребительских свойств товара, характеризующих его конкурентоспособность; изучение значимости показателей; измерение единичных показателей свойств; разработку оценочных шкал; формирование и расчет групповых комплексных показателей качества, объединение групповых показателей качества в комплексный обобщенный показатель; расчет интегрального и относительного показателей уровня конкурентоспособности [1].

Методом ранжирования были определены коэффициенты весомости, количественно характеризующие значимость (вес) отдельного показателя, входящего в качество изделия, в их общей совокупности. Наиболее весовыми показателями ювелирных изделий для потребителей являются оригинальность формы изделия (коэффициент весомости  $m = 0,17$ ), состав и содержание драгоценных металлов и камней ( $m = 0,16$ ) и новизна конструкции ( $m = 0,14$ ). Наименее весовыми показателями являются тщательность исполнения отдельных деталей и отделки изделия ( $m = 0,03$ ) и его товарный вид ( $m = 0,02$ ).

Для проведения оценки была разработана пятибалльная оценочная шкала.

На следующем этапе были предварительно определены показатели качества для базового и оцениваемых образцов, рассчитаны их комплексные обобщенные показатели качества ( $Q$ ): базовый образец  $Q = 4,79$ ;  $Q_1 = 4,41$ ;  $Q_2 = 4,05$ ;  $Q_3 = 4,52$ ;  $Q_4 = 4,39$ ;  $Q_5 = 4,07$ ;  $Q_6 = 3,75$ ;  $Q_7 = 4,18$ ;  $Q_8 = 3,92$ ;  $Q_9 = 3,68$ .

Уровень конкурентоспособности ( $K$ ) ювелирных изделий следующий: базовый образец  $K = 1,0$ ;  $K_1 = 1,4$ ;  $K_2 = 1,5$ ;  $K_3 = 1,3$ ;  $K_4 = 1,7$ ;  $K_5 = 1,9$ ;  $K_6 = 0,3$ ;  $K_7 = 1,8$ ;  $K_8 = 0,9$ ;  $K_9 = 1,9$  [2].

Можно сделать вывод, что все оцениваемые образцы ювелирных изделий отечественного производства (№ 2, 4, 5, 7 и 9) являются более конкурентоспособными по сравнению с базовым образцом ( $K > 1$ ), так как обладают более низкой стоимостью по сравнению с последним.

Два оцениваемых образца (№ 6 и 8) производства ЗАО «Алмаз-холдинг и К<sup>о</sup>» (г. Москва), несмотря на их хороший уровень качества, не являются конкурентоспособными (уровень конкурентоспособности меньше 1), что объясняется их высокой стоимостью. Для повышения их конкурентоспособности следует для образца № 6 использовать в качестве вставки камни, имеющие более низкую стоимость (минеральные полудрагоценные и органические камни); для образца № 8 – с целью снижения стоимости изделия снизить его массу.

Таким образом, образцы ювелирных изделий ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» – управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ» по качеству не уступают образцам импортного производства, с учетом ценового фактора, превосходят их по уровню конкурентоспособности, поэтому можно предложить Гомельскому райпо и Гомельскому облпотребсоюзу закупать ювелирные изделия у отечественного производителя.

Для дальнейшего расширения рынка торговли ювелирными изделиями организациям и предприятиям потребительской кооперации необходимо обеспечить широкий ассортимент этих товаров в магазинах, их рекламу с использованием печати, радио, телевидения. Все это будет способствовать быстрой реализации и на этой основе наиболее полному удовлетворению спроса населения на ювелирные изделия. В настоящее время необходимо расширять и совершенствовать торговлю ювелирными товарами на селе, так как спрос на ювелирные изделия возрастает.

Торговый ассортимент ювелирных изделий, реализуемых Гомельским райпо, требует обновления. В связи с этим представляется необходимым следующее:

- расширять и обновлять видовой ассортимент реализуемых ювелирных изделий на 50% за счет закупки новых видов изделий;

- увеличить в ассортименте долю изделий отечественного производства; это предполагает изменение схемы товародвижения поставки ювелирных изделий ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» – управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ» и условий оплаты, что позволит значительно увеличить объемы отгрузки ювелирных изделий через ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» – управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ» и значительно сократить долю импорта ювелирных изделий;

- учитывать, что диапазон цен, в пределах которого большая часть потребителей готова приобретать ювелирные изделия, находится в пределах от 60 до 80 бел. р.;

- разнообразить ассортимент реализуемых ювелирных изделий по материалу изготовления, закупая изделия преимущественно из красного (желтого) золота, а также изделия, выполненные в 2–3 цвета, 958-й, 750-й, 585-й пробы;

- увеличить долю изделий из платины и серебра со вставками и без них;

- увеличить долю ювелирных изделий со вставками из минеральных (драгоценных) камней, но снизить до 10% ассортимент изделий с бриллиантами; при этом поверхность металла должна быть обогащена различными видами фактурной обработки (полировкой, алмазной гранью, матированием).

Уточненная номенклатура покупательских предпочтений, определяющая показатели свойств для оценки качества и конкурентоспособности ювелирных товаров, позволила оптимизировать структуру ассортимента, закупку конкурентоспособной продукции и увеличить объемы реализации ювелирных изделий в Гомельском райпо.

#### Список использованной литературы

1. **Управление** качеством : учеб.-метод пособие / В. Е. Сыцко [и др] ; под общ. ред. В. Е. Сыцко. – Минск : Выш. шк., 2008. – 192 с.

2. **Сыцко, В. Е.** Конкурентоспособность товаров на основе экономической безопасности / В. Е. Сыцко // Global world. – 2015 . – Т. 1 (1). – С. 88–93.