

В. Е. Сыцко (kaf_tnt@bteu.by),
доктор технических наук, профессор
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

Е. П. Багрянцева (ger07@mail.ru),
кандидат технических наук, доцент,
декан коммерческого факультета
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

Н. В. Кузьменкова (natasha_k_03@mail.ru),
кандидат технических наук, доцент
Белорусского торгово-экономического
университета потребительской кооперации

КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЮВЕЛИРНЫХ ТОВАРОВ ОАО «ГОМЕЛЬСКОЕ ПО "КРИСТАЛЛ" – УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"»

В статье рассматриваются вопросы качества и конкурентоспособности ювелирных товаров, вырабатываемых ОАО «Гомельское ПО "Кристалл" – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"». Это объясняется повышением потребительского спроса на высококачественные товары внутри страны, а также расширением экономических связей на внутреннем и внешних рынках.

The article discusses the issues of quality and competitiveness of the jewelry goods, produced by JSC «"Gomel production association "Kristall" – holding management company "KRISTALL-HOLDING"». This is due to increased consumer demand for quality products in the country, as well as expansion of economic relations on the domestic and foreign markets.

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

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

Введение

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

Как промышленность, так и торговля нуждаются в комплексной оценке качества товаров, позволяющей охарактеризовать качество однородных товаров, усовершенствовать систему оценки качества большого количества товаров, основываясь на комплексе показателей.

В Беларуси приняты государственная программа «Качество» на 2016–2020 годы, Закон «О техническом нормировании и стандартизации», основное предназначение которого – регулирование отношений, возникающих при разработке, утверждении и применении требований к продукции, определение правовых и организационных основ, обеспечение единой государственной политики в этой области.

Решением совместной коллегии Министерства финансов, Министерства торговли, Министерства экономики и Государственного комитета по имуществу Республики Беларусь от 20 июля 2012 года утверждена стратегия создания и развития ювелирного холдинга на 2012–2017 годы, разработанная в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 24 мая 2012 года № 241 «О некоторых вопросах создания и деятельности ювелирного холдинга». Стратегия

направлена на достижение целей и выполнение задач деятельности ювелирного холдинга, которые заключаются в увеличении доли отечественных ювелирных изделий на внутреннем рынке, повышении эффективности производства и продаж ювелирных изделий на основе согласованной производственной и маркетинговой политики участников холдинга, повышении инвестиционной привлекательности холдинга и конкурентоспособности продукции за счет консолидации активов и усилий участников холдинга.

В результате реорганизации ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"» с июня 2013 года в состав холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ» входят следующие участники: ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"» – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"» и ОАО «Белювелирторг».

Создание холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ» позволило увеличить объемы производства ювелирной продукции и алмазообрабатывающего производства, тем самым уменьшить объемы импорта в Республику Беларусь; более полно удовлетворить потребности населения в ювелирных товарах отечественного производства; повысить конкурентоспособность импортозамещающей ювелирной продукции; расширить ассортимент выпускаемых ювелирных товаров.

Основные виды продукции, выпускаемой ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"»: ювелирные изделия и бриллианты. Информация об объемах производства предприятия по видам продукции за 2015–2016 годы представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Объем производства по видам продукции

Вид продукции	2015 год		2016 год	
	Сумма, тыс. р.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. р.	Уд. вес, %
Объем произведенной продукции, всего	56 416	100,0	52 902	100,0
В том числе:				
бриллианты и обработка давальческого алмазного сырья	19 293	34,2	17 689	33,4
ювелирные изделия	36 781	65,2	35 108	66,4
прочая продукция и работы	342	0,6	105	0,2

В 2016 году по сравнению с 2015 годом наблюдается незначительное увеличение доли ювелирных изделий с 65,2% до 66,4% и незначительное сокращение доли алмазообрабатывающего производства с 34,2 до 33,4%. Доля прочей продукции (алмазный инструмент и прочие работы) сократилась по сравнению с 2015 годом с 0,6% до 0,2%.

Основными торговыми партнерами акционерного общества на внутреннем рынке являются ОАО «Белювелирторг», ОАО «ГУМ» (г. Минск), СП «Торговый дом "На Немиге"» (г. Минск), УП «Универмаг "Беларусь"» (г. Минск), УП «Белкоопвнешторг» и отдельные райпо Белкоопсоюза: Октябрьское, Столинское, Ганцевичское, Дрогичинское и др.

Ювелирные изделия и бриллианты поставляются в Российскую Федерацию, Украину, Казахстан, Израиль, Бельгию, Люксембург и другие страны.

В 2016 году производственным объединением было произведено более 177 тыс. ювелирных изделий из золота и серебра. Структура произведенных обществом ювелирных изделий из золота и серебра по видам приведена на рисунках 1 и 2.

Нами проанализирована динамика продаж торговой сети ОАО «Белювелирторг» как основного партнера ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"» – управляющая компания холдинга ОАО «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ». Удельный вес продаж ювелирных изделий без вставок и с недорогими вставками, выпускаемых производственным объединением, составляет 67,9% от общего объема продаж ОАО «Белювелирторг» данных категорий товара. Наибольший удельный вес в продажах за 2016 год занимают кольца обручальные, цепи и браслеты.

Удельный вес продаж ювелирных изделий с ювелирными вставками, выпускаемых ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"», составляет 79% от общего объема продаж ОАО «Белювелирторг».

В 2016 году по сравнению с 2015 годом наблюдается увеличение уровня продаж по всему ассортименту ювелирных изделий.

Акционерное общество совместно с ОАО «Белювелирторг» и основными торговыми партнерами осуществляет мониторинг продаж ювелирных изделий для установления предпочтений потребителей при разработке новых коллекций и формировании текущих и перспективных производственных планов.

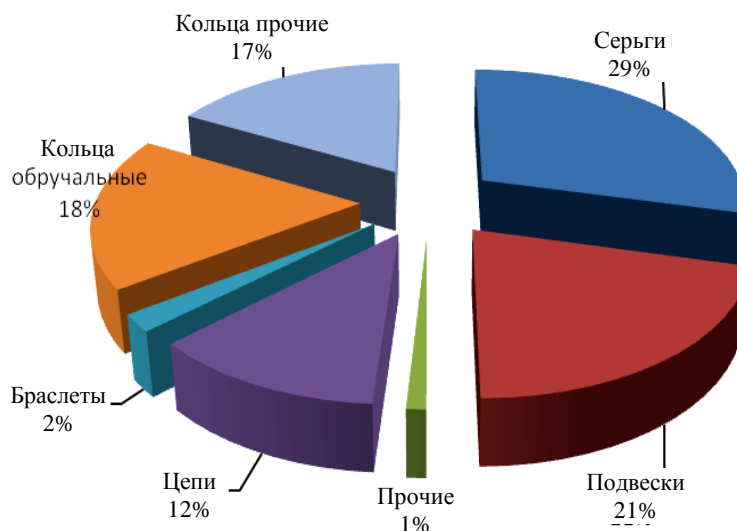


Рисунок 1 – Структура производства ювелирных товаров из золота ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"» за 2016 год по видам

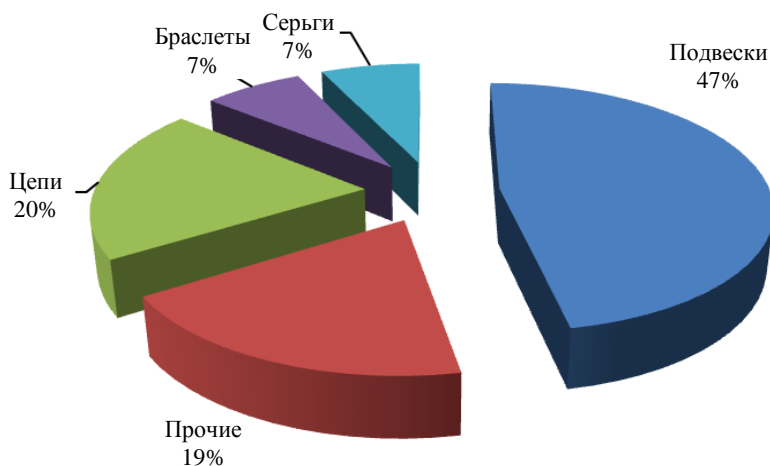


Рисунок 2 – Структура производства ювелирных изделий из серебра ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"» за 2016 г. по видам

Для проведения комплексной оценки уровня качества и конкурентоспособности ювелирных товаров была сформирована экспертная группа, состоявшая из товароведов и работников торговли Гомельского райпо в составе 7 человек.

Были выбраны базовый и 9 оцениваемых образцов ювелирных изделий из золота 585 пробы.

Характеристика экспериментальных образцов представлена ниже.

За базовый образец взяли кольцо артикула С2550, исходя из того, что данная модель пользуется повышенным спросом. Базовый образец изготовлен из золота 585 пробы, со вставкой фианитов в количестве 6 шт. круглой формы бриллиантовой огранки, вид закрепки – корнерный, масса изделия 3,48 г, цена 320 р., производитель – ОАО «Гомельское ПО "Кристалл" – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"».

Образец № 1 – кольцо артикула С0298 из золота 585 пробы, с вставкой фианитов в количестве 14 шт. круглой формы бриллиантовой огранки, имеет корнерную закрепку, масса изделия 4,67 г, цена 418,36 р., производитель – ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"» – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"».

Образец № 2 – кольцо артикула С0293 из золота 585 пробы, со вставкой фианитов в количестве 3 шт. круглой формы бриллиантовой огранки, с корнерной закрепкой, масса изделия 2,06 г, цена 256,2 р., производитель – ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"» – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"».

Образец № 3 – кольцо артикула С0339 из золота 585 пробы, со вставкой фианитов в количестве 4 шт. круглой формы бриллиантовой огранки, с корнерной закрепкой, масса изделия 5,28 г, цена 789,1 р., производитель – ОАО «Гомельское ПО "Кристалл" – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"».

Образец № 4 – кольцо артикула С0337 из золота 585 пробы, со вставкой фианитов в количестве 3 шт. круглой формы бриллиантовой огранки, имеет крапановую закрепку, масса изделия 2,30 г, цена 197,3 р., производитель – ОАО «Гомельское ПО "Кристалл" – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"».

Образец № 5 – кольцо артикула С1667 из золота 585 пробы, со вставкой фианитов в количестве 19 шт. круглой формы бриллиантовой огранки, имеет корнерную закрепку, масса изделия 2,76 г, цена 352,01 р., производитель – ОАО «Гомельское ПО "Кристалл" – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"».

Образец № 6 – кольцо артикула С1762 из золота 585 пробы, со вставкой фианитов в количестве 4 шт. круглой формы бриллиантовой огранки, имеет крапановую закрепку, масса 3,23 г, цена 458 р., производитель – «Алмаз-холдинг и К°» (г. Москва).

Образец № 7 – кольцо артикула С0528 из золота 585 пробы, со вставкой фианита красно-желтого в количестве 3 шт. круглой формы бриллиантовой огранки, имеет корнерную закрепку, масса 1,30 г, цена 324,06 р., производитель – ОАО «Гомельское ПО "Кристалл" – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"».

Образец № 8 – кольцо артикула С1278 из красного золота 585 пробы с накладкой из белого золота 585 пробы, со вставкой фианита ярко-желтого круглой формы бриллиантовой огранки, имеет крапановую закрепку, масса 3,10 г, цена 391,7 р., производитель – «Алмаз-холдинг и К°» (г. Москва).

Образец № 9 – кольцо артикула С0681 из красного золота 585 пробы, со вставкой фианитов красно-желтых в количестве 5 шт. круглой формы бриллиантовой огранки, имеет корнерную закрепку, масса изделия 2,20 г, цена 268,5 р., производитель – ОАО «Гомельское ПО "Кристалл" – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"».

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 было отобрано 6 единичных показателей: удобство одевания, ношения и снятия изделия; масса; оригинальность формы; новизна конструкции; фактура поверхности; тщательность исполнения отдельных деталей и отделки.

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.

Исследовали 8 образцов колец производства ОАО «Гомельское ПО "Кристалл" – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"» (Республика Беларусь, г. Гомель) и 2 образца колец ЗАО «Алмаз-холдинг и К°» (Российская Федерация, г. Москва).

При разработке методики оценки уровня конкурентоспособности, следовали общему алгоритму определения комплексного показателя: 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; разработка 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].

Далее, методом ранжирования были определены коэффициенты весомости, количественно характеризующие значимость (вес) отдельного показателя, входящего в качество изделия, в их общей совокупности. Анализ показал, что наиболее весомыми показателями ювелирных изделий для потребителей являются оригинальность формы изделия (коэффициент весомости $m = 0,27$), фактура поверхности ($m = 0,25$) и новизна конструкции ($m = 0,19$). Наименее весомым показателем является тщательность исполнения отдельных деталей ($m = 0,05$).

Для проведения оценки была разработана пятибалльная оценочная шкала (таблица 2).

Таблица 2 – Оценочная шкала показателей качества ювелирных изделий

Наименование показателя	Характеристика показателя	Оценка, баллов
1. Удобство одевания, ношения и снятия изделия	Изделие удобное в носке, удобно одевается и снимается	5
	Изделие удобное в носке, имеются некоторые затруднения при одевании и снятии кольца	4
	Изделие не совсем удобно в носке, при одевании и снятии имеет некоторые затруднения	3
	Изделие неудобное в носке, узор кольца цепляется за окружающие предметы	2
	Имеются внутренние неровности на кольце, вызывающие дискомфорт при носке, одевании и снятии кольца	1
2. Масса изделия, г	1,3–1,9	5
	2,0–3,9	4
	4,0–6,9	3
	7,0–10,9	2
	11,0 и выше	1
3. Оригинальность формы	Форма изделия полностью соответствует целевому назначению изделия, форма кольца отличается от классической формы и имеет оригинальную конструкцию, рисунок кольца оригинальный, используется в единичном производстве	5
	Форма изделия полностью соответствует целевому назначению изделия, форма кольца отличается от классической формы и содержит отдельные оригинальные элементы, рисунок кольца используется в серийном производстве	4
	Форма изделия полностью соответствует целевому назначению изделия, форма классическая, рисунок кольца является типовым	3
	Форма изделия полукруглая или полуовальная	2
	Классическая круглая форма изделия	1
4. Новизна конструкции	Новое конструктивное решение формы, включает в себя современные тенденции моды и стиля	5
	Конструкция изделия уже известна в данном сезоне	4
	Конструктивные особенности формы изделия встречались в коллекциях прошлого сезона	3
	Конструктивные особенности формы изделия уже известны несколько лет	2
	Конструкция изделия устарела	1
5. Фактура поверхности	Узорно-шероховатая	5
	Узорно-гладкая	4
	Шероховатая	3
6. Тщательность исполнения отдельных деталей	Камень имеет правильную форму, без дефектов, поверхность хорошо обработана, с четко выраженными гранями. Закрепка обеспечивает прочное и без перекосов крепление камня в оправе, которая имеет гладкие кромки	5
	Камень имеет почти правильную форму, без дефектов, поверхность хорошо обработана. Закрепка обеспечивает хорошее крепление камня в оправе, которая имеет гладкие кромки	4
	Камень имеет неправильную форму, без дефектов, поверхность требует дополнительной обработки. Закрепка обеспечивает не очень прочное крепление камня в оправе, которая имеет слегка волнистые кромки.	3
	Камень имеет трещины, посторонние включения, поверхность плохо обработана. Закрепка слабо обеспечивает крепление камня в оправе, которая имеет кромки с гофре	2
	Камень имеет трещины, сколы, поры, посторонние включения, поверхность плохо обработана с нечетко выраженными гранями. Закрепка не обеспечивает прочное крепление камня в оправе, которая имеет кромки с гофре и заусеницами	1

На следующем этапе, предварительно определив показатели качества для базового и оцениваемых образцов, рассчитали 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 составил: 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].

Анализ показал, 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.

Что касается образцов ювелирных изделий импортного производства – ЗАО «Алмаз-холдинг и К°» (г. Москва), то два оцениваемых образца (6 и 8), несмотря на хороший уровень их качества, не являются конкурентоспособными (уровень конкурентоспособности меньше 1), что объясняется их высокой стоимостью.

Для повышения их конкурентоспособности следует:

- образец 6 – использовать в качестве вставки камни, имеющие более низкую стоимость (минеральные полудрагоценные и органические камни);
- образец 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, а учитывая ценовой фактор, превосходят их по уровню конкурентоспособности, поэтому можно предложить торговым предприятиям региона, Белкоопсоюзу закупать ювелирные изделия у ОАО «Гомельское ПО «Кристалл».

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

Заключение

Торговый ассортимент ювелирных изделий, реализуемых ОАО «Гомельское ПО "Кристалл" – управляющая компания холдинга "КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ"» требует обновления. В связи с этим представляется необходимым:

1. Расширять и обновлять видовой ассортимент реализуемых ювелирных изделий на 50% за счет выпуска новых видов изделий.
2. Увеличить в ассортименте региональных торговых предприятий долю изделий отечественного производства, что 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.
3. Учитывать, что диапазон цен, в пределах которого большая часть потребителей готова приобретать ювелирные изделия, находится в пределах от 40 до 80 бел. р.
4. Разнообразить ассортимент реализуемых ювелирных изделий по материалу изготовления, закупая изделия преимущественно из красного (желтого) золота, а также изделия, выполненные в два-три цвета, 958, 750, 585 проб.
5. Увеличить долю изделий из платины и серебра со вставками и без них.
6. 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).
7. Уточненная номенклатура покупательских предпочтений, определяющая показатели свойств для оценки качества и конкурентоспособности ювелирных товаров, позволит оптимизировать структуру ассортимента, закупку конкурентоспособной продукции и увеличить объемы реализации ювелирных изделий.

Список использованной литературы

1. **Управление качеством** : учебно-метод. пособие / В. Е. Сыцко [и др.]. – Минск : Выш. школа, 2008. – 192 с.
2. **Сыцко, В. Е.** Конкурентоспособность товаров на основе экономической безопасности / В. Е. Сыцко // GLOBAL WORLD : научный альманах. – 2015. – Vol. 1 (1). – С. 88–93.