

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ ИЗ ЗОЛОТА ОАО «БЕЛЮВЕЛИРТОРГ» НА ОСНОВЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ОЦЕНКИ

В статье рассматриваются вопросы оптимизации структуры ювелирных украшений из золота ОАО «Белювелирторг» на основе потребительской оценки. Это объясняется повышением спроса на ювелирные товары внутри страны, внешних рынках и возможностью импортозамещения.

The article deals with the optimization of the structure of gold jewelry from open joint stock company "Belyuvelirtorg" on the basis of consumer appraisal. This is explained by an increase in demand for jewelry products within the country, external markets and the possibility of import substitution.

Ключевые слова: ювелирные изделия; структура; ассортимент; оценка; золото; качество; оптимизация.

Key words: jewelry; structure; assortment; valuation; gold; quality; optimization.

Мировой рынок ювелирных изделий очень динамичен и растет с каждым годом. Мировые объемы добычи и производства золота возросли с 3 400 т до 4 300 т. Основными лидерами в добыче золота являются Китай, Австралия, Российская Федерация, Соединенные Штаты Америки (США), Канада и Перу. На ювелирное производство уходит 90% добытого золота. Наибольший сегмент в производстве ювелирных изделий занимают изделия с драгоценными камнями (45%), далее идут ювелирные изделия из золота (43,5%). В 2015 г. мировой рынок ювелирных изделий достиг 250 млрд долл. США.

Основными производителями ювелирных изделий являются компании Harry Winston, Buccelatti, Graff, Tiffane & Co, Bulgari, Mikomoto. Основными потребителями ювелирных изделий являются Индия, Китай, Италия, США, Российская Федерация. В Республике Беларусь ювелирное производство осуществляется на открытом акционерном обществе (ОАО) «Гомельское производственное объединение (ПО) "Кристалл", – управляющая компания холдинга "Кристалл-Холдинг" ювелирном заводе «Зорка», обществе с ограниченной ответственностью (ООО) «Эгретт» и др. [1].

ОАО «Белювелирторг» является ведущей торговой организацией в сфере торговли ювелирными товарами в Республике Беларусь. В 2012 г. она включена в государственный холдинг «Кристалл-Холдинг». Порядка 60% ювелирных изделий формируется за счет производителей Республики Беларусь (значительная часть на базе ассортимента ОАО «Гомельское ПО «Кристалл»).

Около 30% ювелирных изделий поступают от производителей Российской Федерации, Италии, Турции, Молдовы и т. д. Структура товарооборота за последние 3 года изменилась в сторону увеличения реализуемых ювелирных изделий из золота (с 46% в 2014 г. до 56% в 2016 г.).

Рынок предполагает ориентацию производства и торговли на удовлетворение нужд и интересов потребителей. Без понимания того, что покупают потребители, невозможно произво-

дить оптимизацию ассортимента товаров. Для изучения покупательской оценки структуры ассортимента ювелирных украшений из золота, реализуемых ОАО «Беловелирторг», было проведено анкетирование, в ходе которого опрошено 100 респондентов различного возраста, пола и уровня дохода.

Исследование было проведено при помощи интернет-ресурса «Google формы». Анкета представляет собой оформленную композицию вопросов, на которой респондент должен дать ответ.

Вопросы предполагают получение информации о половой принадлежности, уровне дохода опрашиваемых, их возрастной категории. Также вопросы ориентированы на определение спроса на ассортимент приобретаемых ювелирных украшений из золота; выявление предпочтений характеристик золотого сплава; определение наиболее важных и предпочтительных характеристик.

Анализ результатов социологического опроса покупателей ювелирных изделий показал, что приобретаются изделия как отечественного (62%), так и импортного производства (38%).

Среди опрошенных респондентов 14% приобретали ювелирные изделия ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"» и других отечественных ювелирных предприятий. Большее предпочтение отдается покупателями изделиям производства ОАО «Гомельское ПО "Кристалл"» (74%). Все опрошенные респонденты приобретают ювелирные изделия, относящиеся к предметам личных украшений (100%). Из предметов личных украшений наибольшим спросом пользуются кольца (26%), браслеты (24%), цепочки (23%). Несколько меньшим спросом пользуются кулоны (9%), серьги (8%), медальоны (7%). Значительно реже приобретаются кольца (2%) и броши (1%).

Наиболее предпочтительным металлом является желтое, белое и красное золото. Приобретаются ювелирные изделия из золота следующих проб: 585-й пробы (58%), 750-й пробы (24%). Потребители отдают предпочтение изделиям со вставками из камней (62%) и филигранным украшениям (22%), изделиям с гравировкой (12%). Потребители отдают предпочтение вставкам из драгоценных камней (81%).

Таким образом, исследование посредством анкетирования на интернет-ресурсе «Google формы» дало следующие результаты: большинство потребителей составляют женщины (80%); в анкетировании принимали участие респонденты всех возрастных групп; основная часть опрошенных имеет средний доход (50%), 15,9% имеют возможность покупать изделия более высокой стоимости; наибольшей популярностью у опрошенных пользуется желтое золото (52,3%); в структуре предпочтений по наличию вставки лидирующую позицию занимают ювелирные украшения со вставками из драгоценных камней (51,1%), на втором месте – украшения без вставок (37,8%); 93,3% опрошенных отдали предпочтение кольцам, 64,4% – серьгам, 37,8% – цепям; диадемам, заколкам и бусам никто не отдал свой голос; при выборе украшений по назначению были отмечены украшения для рук (79,5%), украшения для шеи (43,2%), украшения для головы (20,5%); при выборе украшения определяющим фактором 57,8% респондентов отметили дизайн, 26,7% – цену; половина опрошенных (51,1%) частично довольна предложенным ассортиментом; 35,6% довольны полностью, остальных респондентов ассортимент не удовлетворил [2].

Приобретая ювелирные изделия, покупатели уделяют наибольшее внимание эстетическим свойствам (77%). Среди функциональных свойств ювелирных изделий потребители на первое место ставят материал изготовления (88%), наличие вставок (10%) и материал вставок (2%).

Из эргономических свойств важным является для потребителей удобство одевания и снятия (44%) и удобство ношения (41%).

Среди эстетических свойств предпочтения распределились следующим образом: оригинальность формы (44%), фактура поверхности (36%), новизна конструкции (12%), тщательность изготовления (8%).

Как правило, чаще приобретаются единичные изделия (72%), реже приобретаются комплекты изделия (28%).

Основными факторами, формирующими покупательские предпочтения являются дизайн, качество, эргономичность и цена.

На основании результатов анализа изучения покупательских предпочтений на ювелирные изделия, реализуемые ОАО «Беловелирторг», можно предложить следующие рекомендации по совершенствованию структуры ассортимента:

- развивать производство традиционных видов ювелирных изделий (колец, серег, подвесок в разном стилевом оформлении (классика, авангард, фольклор), разных форм и конструкций (объемных, ажурных), оригинальных по дизайну);
- осуществлять производство цепочек и браслетов облегченных конструкций, пустотелых;
- расширить ассортимент новых видов изделий (для пирсинга, пусеты (серьги на винтиках), браслеты для ног, кольца для пальцев ног, зажимы для галстуков);
- расширить ассортимент эксклюзивных изделий.

Полученные результаты исследований позволили разработать оптимальную структуру ассортимента ювелирных изделий для ОАО «Белювелирторг», увеличить объемы реализации и получить значительный экономический эффект.

Список использованной литературы

1. **Анализ** рынка ювелирных изделий / Д. А. Карх [и др.] // Вестн. ЮУрГУ. Сер. «Экономика и менеджмент». – 2015. – Т. 9. – № 3. – С. 106–113.
2. **Сыцко, В. Е.** Конкурентоспособный потенциал ювелирных товаров ОАО «Гомельское ПО «"Кристалл"» – управляющая компания холдинга «Кристалл-Холдинг"» / В. Е. Сыцко, Е. П. Багрянцева, Н. В. Кузьменкова / Потребит. кооп. – 2017. – № 3 (58). – С. 64–69.