

**В. И. Хитрый,  
Е. В. Криваль**

*Научный руководитель  
В. Е. Сыцко*

*Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь*

## **ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НА ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ИЗ ЗОЛОТА**

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%).

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 представлено открытым акционерным обществом (ОАО) «Гомельское производственное объединение “Кристалл”», ювелирный завод «Зорка», обществом с ограниченной ответственностью (ООО) «Эгретт» и др.

ОАО «Белювелирторг» является ведущей торговой организацией в сфере торговли ювелирными товарами в Республике Беларусь. В 2012 г. она включена в государственный холдинг «Кристалл-Холдинг». 60% ювелирных изделий формируется за счет производителей Республики Беларусь (значительная часть на базе ассортимента ОАО «Гомельское производственное объединение “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 производить оптимизацию ассортимента товаров. Для изучения покупательской оценки структуры ассортимента ювелирных украшений из золота, реализуемых ОАО «Белювелирторг», 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 вопросы, на которые респондент должен дать ответы.

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 предпочтительных 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 производственное объединение “Кристалл”» и других отечественных ювелирных предприятий. Больше предпочтение отдается покупателями изделиям производства ОАО «Гомельское производственное объединение “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%). Меньшим спросом пользуются кулоны (9%), серьги (8%), медальон (7%). Значительно реже приобретаются кольца (2%) и броши (1%).

Наиболее предпочтительным металлом является желтое, белое и красное золото. Ювелирные изделия из золота приобретаются разных 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 изделиям со вставками 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% опрошенных 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 предпочтение; 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% полностью довольны, остальных респондентов ассортимент не удовлетворил.

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 для потребителей является удобство одевания и снятия (44%), удобство ношения (41%).

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

Чаще приобретаются единичные изделия (72%), комплектные изделия (28%) приобретаются реже.

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

На основании результатов анализа изучения покупательских предпочтений на ювелирные изделия, реализуемые ОАО «Белювелирторг», 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.