

АРТЮХ Т.М., д.т.н. проф.
ФАБУЛЯК Ф.Г., д.т.н. проф.

ПРОИЗВОДСТВО НОВЫХ ТОВАРОВ С ВЫСОКИМИ КАЧЕСТВЕННЫМИ И ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ

Развитие рынка потребительских товаров в Украине имеет свои побудительные мотивы, связанные,

- во-первых, с постоянным ростом доходов населения, что, безусловно, находит отклик на рынке потребительских изделий в виде устойчивой тенденции увеличения потребления;
- во-вторых, происходящая структуризация бизнеса в стране вообще и в ювелирном секторе экономики в частности представляется наиболее выгодным моментом для выхода на потребительский рынок драгоценных металлов и камней. Существующие заводы и торговые сети по украинским масштабам относятся к средним, а инвестиции в ювелирное производство и торговые предприятия относительно невелики и быстро окупаются.

В силу названных причин ожидается, что в перспективе процесс структуризации ювелирного бизнеса будет во многом происходить под влиянием капитала извне, как российского, так и зарубежного. Для этого созданы все условия: как со стороны таможенных пошлин, так и со стороны наших производителей, которые предоставили незаполненные ассортиментные ниши. Рынок станет более прозрачным и совершенным, повысится его саморегулирование, которое во многом будет способствовать экономическому выдавливанию теневого оборота ювелирных изделий. Поэтому продажа ювелирных изделий из турецкого золота, а то и просто турецких изделий под логотипом украинского предприятия и нашей пробы отойдет навсегда.

Ассортиментная политика ювелирного рынка. Во время СССР существовал НИИЮвелирпром, который проводил исследования рынка, выставки продажи, изучение спроса и т.д., а также на основании сведений и

данных, полученных от предприятий торговли, формировалась ассортиментная политика. На сегодня такой проблемой никто не занимается. Каждое предприятие решает эту проблему самостоятельно, исходя из эффективности собственного производства. На сегодняшний день, из-за отсутствия информации о потребительских предпочтениях для различных сегментов рынка, ассортимент ювелирных изделий с бриллиантами очень ограничен. Основные проблемы в этом направлении, связанные с отсутствием ассортиментных позиций:

1. В целом ассортимент изделий с бриллиантами рассчитан на средний класс. Поэтому катастрофически не хватает изделий, как для бедных, так и для богатых, причем очень богатых.

2. Украинский покупатель по-прежнему предпочитает бриллианты больших размеров больше 1 карата, классической огранки. В ассортименте отсутствуют изделия *гарнитуры, комплекты*, выполненные в едином стиле, с одним камнем и с высокими качественными характеристиками.

3. На бриллианты очень большой разброс цен, поэтому используя бриллианты различных качественных характеристик, можно достаточно полное удовлетворять все сегменты рынка, используя при этом только различный дизайн.

4. Отсутствуют бриллианты фантазийных огранок, в том числе овал, груша, сердце, которые имеют меньше цену и пользуются спросом у молодежной группы. А также таких которые имеют больше, чем 57 граней на которых работает весь европейский рынок: радиант, королевская, принцесса, далия, меригольд, подсолнух и т.д.

5. Модели ювелирного изделия с бриллиантами очень традиционные. Отсутствуют изделия в романтическом стиле с мелкими бриллиантами и эмалью.

6. Видовой ассортимент изделий также очень ограничен, совсем нет изделий трансформируемых (колец-перевертышей, серег из двух частей), колье, брошей и т.д.

7. Использование белого золота в изделиях с бриллиантами предполагает в первую очередь создание комплектов: серьги, кольцо, браслет, цепь, подвеска и тд. Отсутствие любого компонента ограничивает значительно продажи и культуру обслуживания, когда покупатель ждет по пол года заветной части к комплекту. Сейчас большая часть продукции на западе выполнена в европейском стиле с бриллиантами из белого золота или платины с использованием невидимой застежки (инвизибл), которая создает иллюзию большого бриллианта. Отсутствие изделий из белого золота, а также с покрытием родием достаточно сужает ассортимент отечественных производителей по сравнению с импортной продукцией.

8. В ассортименте присутствуют изделия только 585 пробы красного цвета, нет 750 и более высокопробных., отсутствуют другие оттенки золота, желтое, розовое и т.д.

Разный подход к стандартам качества ювелирных изделий

1. Изделия, которые реализуются в Украине должны соответствовать требованиям: -ДСТУ 3375-96 Вироби золотарські. Терміни та визначення. К.: Держстандарт України, 1998.- 29 с.; -ДСТУ 3527-97 Вироби золотарські з коштовних металів. Загальні технічні умови – К.: Держстандарт України, 1998.- 29 с. о которых сами украинские производители не имеют понятия.

Естественно этот документ был составлен по аналогии с предыдущими ОСТами на ювелирные изделия и основное внимание, к сожалению там уделяется не камням, а металлам и сплавам. Почему так важно количество пор на поверхности ювелирного изделия, которое не должно превышать одной штуки для меня остается загадкой, а вот какой должен быть состав драгоценного сплава, его финишная обработка, дизайн, драгоценные камни, остается на совести производителей. А ведь такой подход используют в своей работе все престижные фирмы Запада. Все западные ювелирные украшения, причем из магазинов "Доминиани", "Шопард", "Ревьера", "Карлов", "Каштан" (Фаберже), "Мандарин Сити" и т.д. с точки зрения наших стандартов не

соответствуют качеству, а выглядят они намного эффектнее за счет качественного покрытия, отличной полировки, современного дизайна.

2. Вторая проблема состоит в том, что украинский стандарт предъявляет одинаковые требования и к дешевым, и к дорогим изделиям. На западе дело обстоит совсем иначе. Требования к высококлассным изделиям намного выше, это касается, во-первых, качества застежек, (на глаз для массовки), под микроскопом для дорогих, работа и стоит в 3 раза дороже. Очень большим вопросом есть для изделий с бриллиантами наших заводов качество закрепки. Наибольшее количество возвратов изделий по причине выпадения камня и откола лапки.

3. Важным моментом в работе ювелирного магазина это проверка качества изделий. В соответствии с Законом Украины (ст.12) о защите прав потребителей вся ответственность за качество товара после подписания документа о его приеме ложиться на плечи продавца. И поэтому очень проблематичным становится выполнение Постановления правительства про возврат некачественных ювелирных изделий. Для обеспечения и реализации таких документов необходимо совместные усилия, как предприятий, так и торговли. Речь идет о совместном приобретении необходимых приборов для экспресс контроля качества бриллиантов и металлов, повышении квалификации продавцов по системам оценки бриллиантов, которых уже 3 на Украине, и т.д.

4. Маркировка бриллиантов. На западе: бар-код, или номер, вес изделия, проба, цена и общее кол-во бриллиантов. Но если покупатель желает, то он может потребовать сертификат на изделие. Очень хорошим почином была практика "Кристалла" сертифицировать изделия.

Покупатель даже если и почитает нашу маркировку, то все равно она ему ничего не даст, т.к. каждое предприятие их оценивает по своей системе.

Но самое главное, что одни и те же характеристики камня имеют совсем другой внешний вид, (цвет)