

ФОРМУВАННЯ СПОЖИВНОГО РИНКУ ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ**В М. КИЄВІ**

Протягом останніх років вітчизняний ринок ювелірних прикрас активно розвивається. Це пов'язано із зростанням кількості вітчизняних підприємств з виготовлення ювелірної продукції, розширенням номенклатури запропонованих товарів, їх експортом з країн далекого та близького зарубіжжя. Паралельно з розвитком ювелірної галузі з'являються новітні технології, за допомогою яких впроваджуються нові марки ювелірних сплавів, методики щодо визначення якості продукції. Проте варто відзначити, що поряд з якісною продукцією на ринку присутні і товари, що не відповідають чинним вимогам. Це пов'язано, передусім, з відсутністю досконалої системи контролю та оцінки якості, аналізу проблем сучасного ринку. Тому метою роботи є аналіз тенденцій розвитку та структури вітчизняного ринку, обґрунтування шляхів щодо покращення контролю якості ювелірної продукції. Сьогодні на ювелірному ринку діють близько 987 компаній, ще близько трьох тис. займаються торгівлею ювелірними прикрасами. Місткість ринку перевищує 400 млн. грн.

Аналіз виробництва ювелірної продукції в 2006 р. свідчить про значне зростання його обсягу. Так, обсяг виготовлення ювелірних виробів за 2006 р. в Україні склав 66.5 тон ювелірних прикрас. Це на 10.34 тони більше ніж у попередньому, 2005 році. З них, вироби із золота складають 49.5 %. Виробництво прикрас із срібла на 1 % переважає над виробами із золота. Ці показники є надто високими, порівняно з 2001 роком - роком становлення та розвитку вітчизняної ювелірної промисловості виробництво ювелірних виробів збільшилося в 6.3 рази (рис. 1). Збільшення частки вітчизняної продукції безперечно є позитивним фактором для розвитку ювелірної галузі в цілому.

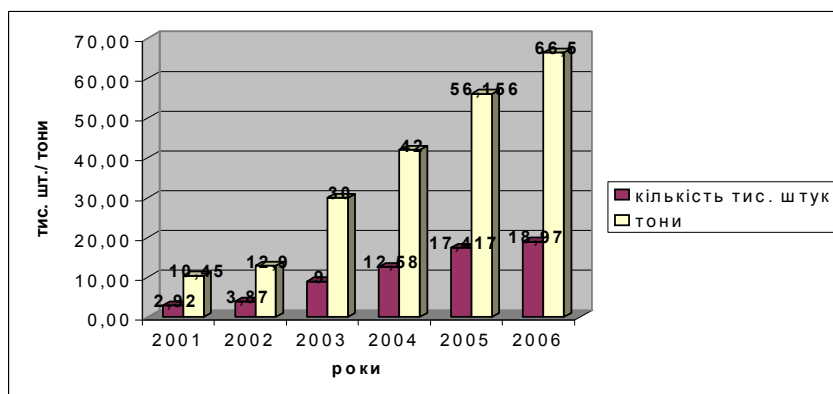


Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва вітчизняної ювелірної продукції за останні 6 років

Постачання в Україну офіційного імпорту, порівняно з минулим роком, майже не змінилося і складає 11.4 %. Загальна вага імпортованих коштовностей у 2006 році складає 7572 кг, з них виробів із золота ввезено 848 кг, виробів із срібла - 6 724 кг. В порівнянні з попередніми роками, тенденції щодо імпорту ювелірних коштовностей мають доволі стабільні показники: частка імпортованого срібла є набагато більшою за частку імпортованого золота (рис. 2).

У структурі виготовлення вітчизняної продукції більшу частку займають вироби із золота. Значну роль відіграють національні традиції або, передусім, стереотипи населення про те, що престижнішим і насправді ціннішим можуть бути лише вироби із золота. І такі переконання виявляються сильніші за європейські тенденції¹.

Отже, за останні 5 років розвитку ювелірної промисловості в Україні приріст виробництва склав приблизно 50 тонн ювелірних прикрас. Такі показники у супереч статистиці інших галузей вітчизняного народного господарства, свідчать про спроможність населення купляти ювелірні вироби.

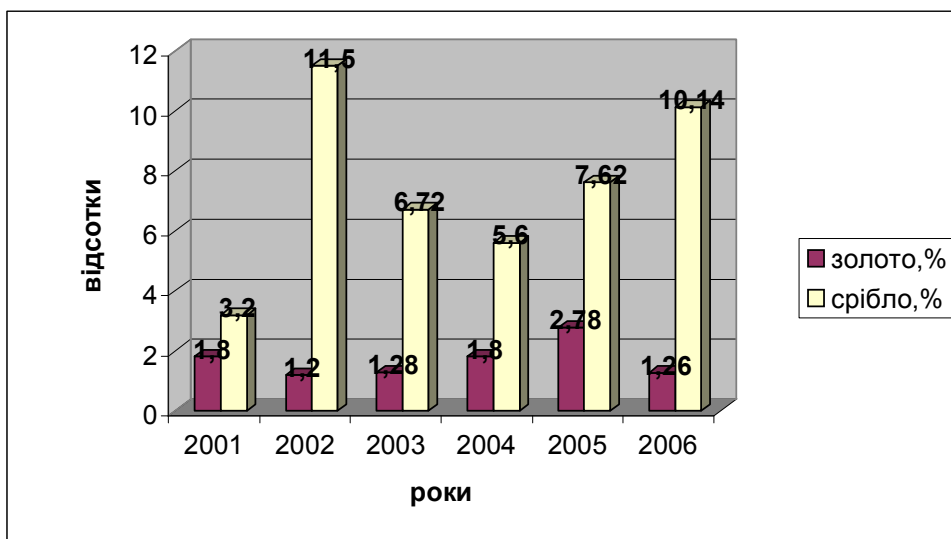


Рис.2 Частка імпортованих товарів у % по відношенню до загальної кількості коштовностей, що пропонується на ювелірному ринку України

В 2006 році зареєстровано 4 756 суб'єктів підприємницької діяльності, що займаються виробництвом та реалізацією ювелірних виробів. З них 1055 – це виробники, які отримали ліцензії, 2 984 – підприємства торгівлі, 380 – організації зі скупки, 337 – ломбарди².

Лідером з виробництва ювелірних виробів, на західному ринку України є Львівський державний ювелірний завод – єдине державне підприємство в Україні. І хоча

¹ <http://www.status.net.ua/zahid> – Пендерецька М., Полянська О. Огляд ринку ювелірних виробів за 13.06.2005.

² Назимок Н. Итоги ювелирного года // Вісник ювеліра України. – 2007. - № 1-с. 18 -19.

конкуренцію йому на ринку складають ще два українські виробники – Київський та Харківський заводи ювелірних виробів, близько 80 % ринку західного регіону займають вироби іноземного виробництва.

Потужним та конкурентоспроможним підприємством залишається ВАТ “Київський ювелірний завод” (КЮЗ) - гігант української ювелірної промисловості, підприємство з багатою історією та усталеними традиціями. Підприємство утворилося на основі ювелірної фірми «Маршака», яка була визнаною у всьому світі. Сьогодні на його долю припадає до 60 % вітчизняного ринку ювелірних виробів, понад третину його фірмової продукції імпортують більш 30 країн світу. Навіть у колекціях англійської королеви Єлизавети II є діамантове кільце від київських ювелірів.

КЮЗ бере активну участь на міжнародних виставках, що проходять у Японії, Малазії, Німеччині, Австрії, Італії, США, Великобританії. Головні нагороди підприємства: перемога в міжнародному конкурсі “Де Бірс” (1981 рік), “Факел Бірмінгема” (1995), кришталевий “Мальтійський лицар” у номінації “За гнучкість і мудрість політики управління” (1997), “Золотий Меркурій” (1998), “Міжнародна платинова зірка якості” (1999), “Вища проба” (1999), “Лідер ринку ювелірних виробів України” в номінації “Найбільший обсяг виробництва” та “Лідер галузі” в номінації “Виробництво ювелірної продукції”, перемога в конкурсі “100 кращих товарів України” та в міжнародному рейтингу “Золоті торгові марки” (2003), переможець міжнародного фестивалю - конкурсу “Вибір року” в Україні в номінації “Магазин року ювелірних виробів” (2006) та багато інших. Підприємству надано право використовувати знак “Київська якість” для маркування продукції, яка отримала оцінку “Найвища якість” та відзначена Почесним дипломом за результатами участі КЮЗу в Програмі “Київська якість”.

Першим в Україні КЮЗ почав працювати з платиною 950 проби та діамантами. Нові виробничі цехи дозволили збільшити асортимент, який сьогодні перевищив 6,5 тис. видів ювелірних виробів. Щомісяця художня рада заводу ухвалює понад півсотні нових дизайнерських рішень, тож щопівроку асортимент оновлюється на 300-400 одиниць³.

Отже, якщо поділити ринок виробів із золота та срібла на два окремі сегменти, то треба відзначити, що золоті прикраси виробляються лише на двох підприємствах: львівському і київському, а основний виробник срібних – харківський завод, хоча львівський і київські підприємства також мають незначну частку виробів із срібла, але вона незначна.

Існують також підприємства, які помітно покращили свої позиції. У виробництві виробів із золота гарні показники у таких фірм: «Золоті лелеки» м. Одеса, «Укрзолото», м.

³ Майстри золотої справи // Обзор украинского рынка. – 2006. - № 11-12. - с. 78-79.

Краматорськ, «Південь», м. Харків, «Віолет», м. Севастополь, “Золотий век” м. Запоріжжя, “Агат” м. Луганськ, “Заріна” м. Черкаси, “Ювк-Агат” м. Київ, “Багет” м. Донецьк та ін.

Незаперечним фактором залишається те, що за роки незалежності нашої держави ювелірна галузь набула динамічного розвитку. Це досить складне та трудомістке виробництво і держава створює сприятливі умови для суб’єктів господарювання в ювелірній галузі, як з боку регулювання цивілізованого ринку дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, так і з боку організації торгівлі ювелірними виробами. В цьому аспекті значну роль відіграє діяльність Державної пробірної служби як урядового органу державного управління, що діє у складі Міністерства фінансів України.

До завдань, які стоять перед Державною пробірною службою України, передусім відносяться відповідності вмісту сплавів, контроль за додержанням правил торгівлі ювелірними виробами.

Відповідна система контролю за якістю дорогоцінних металів та їх сплавів розвивалась століттями і на сьогодні представлена Державною пробірною службою та казенними підприємствами пробірного контролю. Останні створені з метою виконання окремих функцій державного управління в сфері видобутку, виробництва, використання, зберігання дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння. До функцій Державної пробірної служби належать контрольні-наглядові функції у сфері державного пробірного контролю та здійснення перевірок дотримання суб’єктами господарювання вимог законодавства у процесі здійснення операцій з дорогоцінними металами та камінням.

В 1993 році був прийнятий Декрет Кабінету Міністрів України “Про державний пробірний нагляд”, а в 1994 році – введені державні пробірні клейма із зображенням тризуба⁴.

В 2005 році для заохочення суб’єктів підприємницької діяльності, що до випуску якісної продукції запроваджено Методику оцінки якості продукції, що подається суб’єктами підприємницької діяльності до експертно-пробірного контролю. Якщо за звітний період суб’єктами дотримано встановлений приймальний рівень дефектності і оцінка якості продукції відповідає встановленим вимогам, таким суб’єктам можуть бути надані знижки до пробірних тарифів на випробування, що, безумовно, стимулює їх до виготовлення виробів найліпшої якості. З метою усунення недоліків механічного деформування виробів з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння при клеймуванні на казенних підприємствах пробірного контролю введено лазерний спосіб клеймування.

Державна пробірна служба, у межах своєї компетенції, бере участь в реалізації державної політики у сфері державного пробірного контролю за якістю дорогоцінних

⁴ 180 років від заснування пробірної справи в Україні // Вісник ювеліра України. – 2007. - № 1-с.23-24.

металів і дорогоцінного каміння, виробів з них та матеріалів, що містять дорогоцінні метали, і за здійсненням операцій із зазначеними цінностями.

Варто відзначити, що сьогодні Державна пробірна служба України визнана на міжнародному рівні: з 1994 року вона є повноправним членом Європейської Асоціації Пробірних Установ, що об'єднує пробірні установи з 25 країн Європи, та має статус спостерігача Постійного Комітету Міжнародного конвенції з контролю та клеймування виробів з дорогоцінних металів (Віденська конвенція)⁵. У квітні 2007 року Державна пробірна служба України пройшла міжнародну акредитацію згідно ДСТУ ISO 17025-2005 «Вимоги щодо акредитації вимірювальних лабораторій», крім того, Державна пробірна служба України отримала можливість проставляти на Своїх виробках світовий логотип якості дорогоцінних сплавів ІЛАС. Державна пробірна служба України може проводити експертизу якості виробів із золота та срібла на міжнародному рівні. Результати проведення експертизи випробувальними лабораторіями Державної пробірної служби будуть визнаватися багатьма країнами світу.

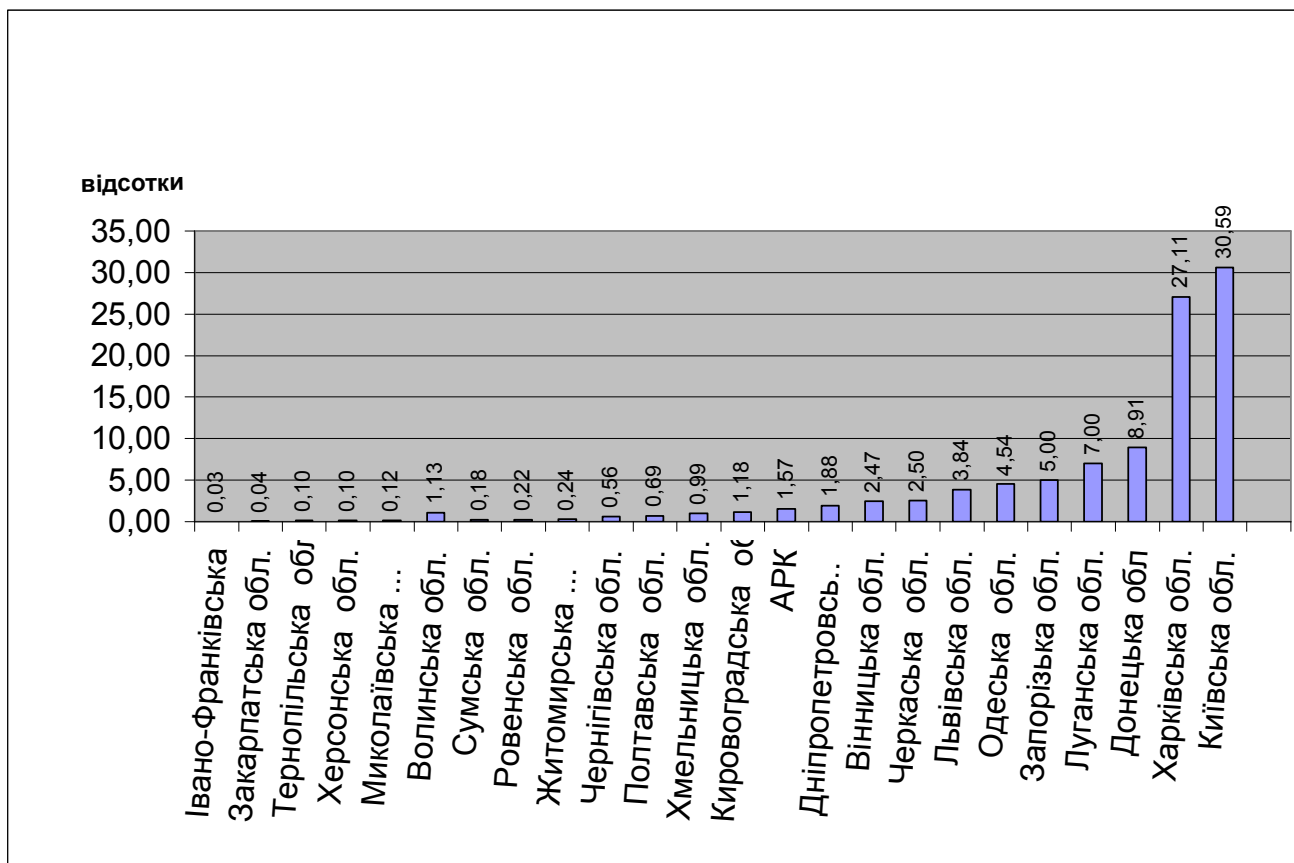


Рис.3. Об'єми ювелірних виробів, поданих на пробірування і клеймування у відсотках по областях України за 2006 р.

⁵ Назімок М. Державна пробірна служба : “Ринок дорогоцінних металів повинен бути цивілізованим” // Вісник ювеліра України. – 2003. - № 2.- с. 3 - 4.

Невід'ємним фактором конкурентоспроможності товару залишається якість технологічного виконання та відповідність чинним вимогам щодо ювелірних виробів.

Аналіз роздрібного продажу свідчить про значний їх обсягів Київській та Харківській областях (рис.3). Саме тут було подано ювелірних виробів найбільше на пробірування та клеймування. В списку лідерів є також і Запорізька область - такого рівня підприємства регіону домоглися вперше.

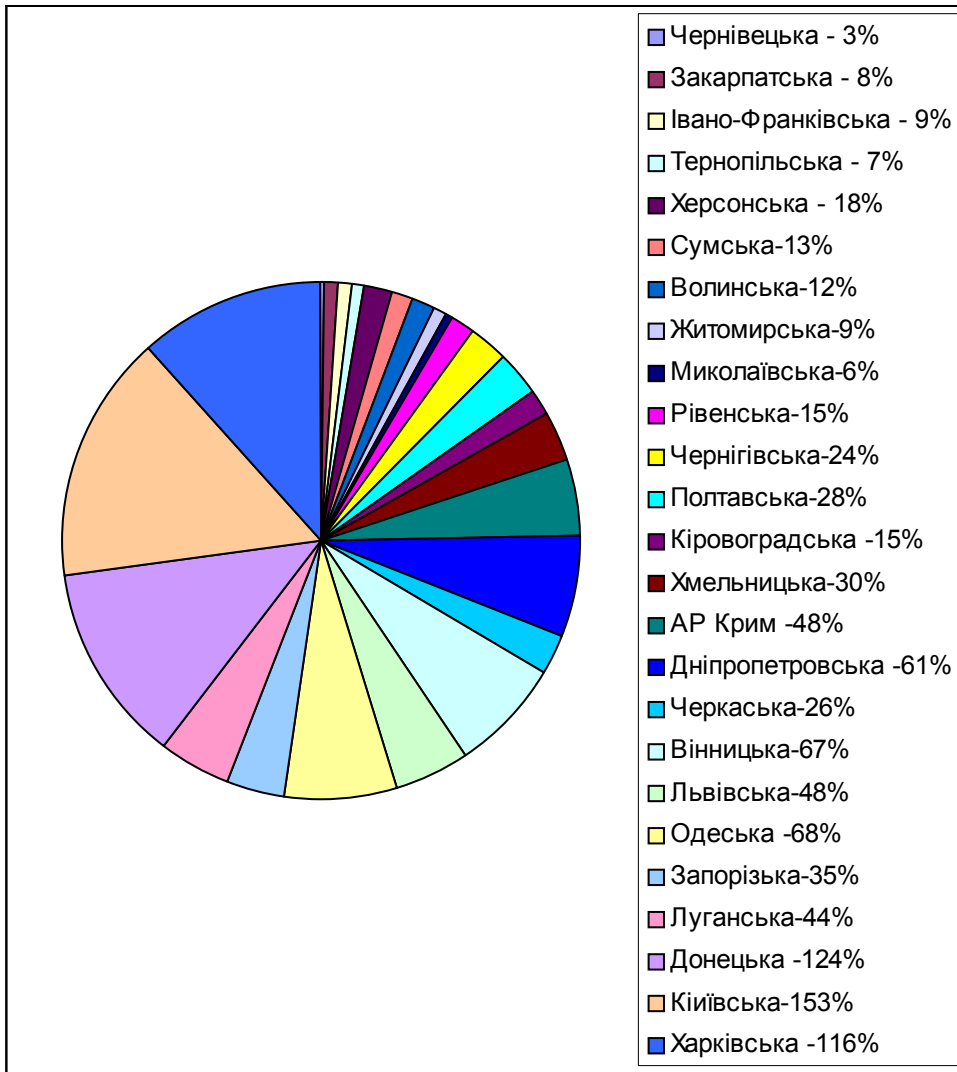


Рис. 4. Розподілення суб'єктів господарювання за областями України, які зареєстрували відбитки іменників

Перше місце за кількістю суб'єктів господарювання, що зареєстрували відбитки іменників - спеціальних знаків, які визначають виготовлення ювелірних виробів в 2006 році, традиційно займає Київська область. Однак не відстає від лідера Харківська, Донецька та Луганська області⁶.

⁶ Назимок Н. Итоги ювелирного года //Вісник ювеліра України-2007 -№1- с. 18 – 19.

Продукція підприємств, що подають на клеймування свої вироби, в основному відповідає існуючим стандартам і відрізняється високою якістю сплавів, з яких виготовляють ювелірні прикраси. Споживач може бути впевненим: він дійсно купує сертифікований виріб від певного виробника, який виготовлено з високоякісного матеріалу.

Ріст чисельності підприємств - цілком позитивна тенденція, яка поступово привчає вітчизняного виробника до роботи в умовах жорсткої конкуренції. Темпи росту ювелірної продукції України випереджають показники інших галузей країни, але вітчизняний ринок все-таки ще не перенасичений.

Отже, аналіз вітчизняного ринку ювелірних товарів вказує на те, що розвиток ринку ювелірної продукції можливий лише за умови зменшення податкового тиску та тенденції до розвитку потужності ювелірних заводів. Це спонукає сучасні підприємства до активної конкуренції, зокрема, з тими прикрасами, які привозять з-за кордону. Єдиним виходом у конкурентній боротьбі вбачають оновлення асортименту, підвищення безпечності та якості продукції. Ринок розвиватиметься саме завдяки розширенню асортименту, зокрема, ексклюзивних та модних прикрас.