

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ  
КАФЕДРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКОГО РЫНКА  
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В УСЛОВИЯХ  
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗАВИСИМОСТИ СТРАНЫ**

Магистерская диссертация  
обучающегося по направлению подготовки 38.04.01 Экономика  
заочной формы обучения, группы 09001685  
Романенко Антона Сергеевича

Научный руководитель:  
к.э.н., доцент кафедры мировой  
экономики  
Растопчина Ю.Л.

Рецензент:  
д.э.н., профессор кафедры маркетинга  
БГТУ им. В.Г. Шухова  
Старикова М.С.

БЕЛГОРОД 2019

## **АННОТАЦИЯ**

Цель данного исследования заключена в оценки конкурентоспособности российского рынка ювелирных изделий. В данной работе рассматриваются тенденции развития ювелирного рынка, которые выступают в качестве индикатора, определяющего степень благосостояния населения. При этом, актуальность темы работы достаточно высока, так как уровень развития ювелирной отрасли высоко значим, так как именно благодаря ему достигаются социальные и экономические цели государства, создаются рабочие места, используется природное сырье, наполняются бюджеты различных уровней.

В диссертации дается определение сущности конкурентоспособности, проводится оценка общеотраслевых параметров рынка ювелирных изделий, анализируется уровень конкуренции ведущих компаний ювелирной промышленности, а также определены направления адаптации российских ювелирных компаний к изменяющийся рыночной конъюнктуре.

## **SUMMARY**

The purpose of this study is to assess the competitiveness of the Russian jewelry market. This paper discusses the trends in the development of the jewelry market, which act as an indicator that determines the degree of welfare of the population. At the same time, the relevance of the topic of work is quite high, as the level of development of the jewelry industry is highly significant, as it is thanks to it that the social and economic goals of the state are achieved, jobs are created, natural raw materials are used, budgets of various levels are filled.

The thesis defines the essence of competitiveness, assesses the industry - wide parameters of the jewelry market, analyzes the level of competition of the leading companies in the jewelry industry, as well as the directions of adaptation of Russian jewelry companies to the changing market conditions.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические основы функционирования российского рынка ювелирных изделий и оценки его конкурентоспособности .....	8
1.1. Сущностные характеристики отраслевой конкурентоспособности и методы ее оценки .....	8
1.2. Этапы становления ювелирной отрасли и особенности современного рынка ювелирных изделий Российской Федерации .....	20
1.3. Критический обзор нормативно-правовой базы регулирования рынка ювелирных изделий.....	36
Глава 2. Экономико-статистическая оценка современного состояния Российской ювелирной отрасли .....	47
2.1. Оценка общеотраслевых параметров рынка ювелирных изделий	47
2.2. Анализ конкуренции ведущих компаний ювелирной промышленности.....	56
2.3. Внешняя торговля ювелирными изделиями российских компаний и выявление их внешнеэкономической зависимости от зарубежных партнеров .....	61
Глава 3. Направления адаптации российских ювелирных компаний к изменяющийся рыночной конъюнктуре .....	70
3.1 Основные проблемы современного рынка ювелирных изделий на современном этапе .....	70
3.2. Пути повышения конкурентоспособности ювелирной отрасли Российской Федерации на основе оптимизации ресурсного и инфраструктурного обеспечения.....	82
Заключение .....	91
Список использованных источников .....	96

## **Введение**

**Актуальность темы исследования.** Тенденции развития ювелирного рынка выступают в качестве индикатора, определяющего степень благосостояния населения. При этом, уровень развития ювелирной отрасли достаточно значим для развития народного хозяйства страны, так как именно благодаря ему достигаются социальные и экономические цели государства, создаются рабочие места, используется природное сырье, наполняются бюджеты различных уровней управления.

В докризисный период российский рынок ювелирных изделий показывал достаточно высокие темпы развития: так, на начало 2008 года он вырос в 10 раз в сравнении с 1994 годом, затем, в 2008-2009 годах, темп роста рынка составлял около 30% в год. Последствия экономического кризиса отрицательно повлияли на развитие ювелирного рынка России, поскольку сам кризис повлек за собой снижение покупательской способности населения. Так как сегодня потребители стали тщательно подходить в планированию затрат на покупку ювелирных изделий, достаточно актуальным становится вопрос конкурентоспособности российской ювелирной отрасли в условиях внешнеэкономической зависимости страны.

**Степень разработанности проблемы.** Анализ тенденций развития ювелирной отрасли России представлен в ряде прогнозов и аналитических отчетов РБК, Fashion Consulting Group а также таких специализированных организаций, как «Ассоциация «Гильдия Ювелиров России». Однако необходимо сказать, что изучение конкурентоспособности ювелирной отрасли не получило достаточно глубокого отражения в указанных исследованиях, именно поэтому можно утверждать следующее: рассматриваемая проблема недостаточно разработана на данный момент, так как объем системно–научных материалов в рамках данной проблеме невелико.

**Объектом исследования** данной работы является российский рынок ювелирных изделий.

**Предметом исследования** являются комплекс мер направленных на адаптацию российских ювелирных компаний под новые условия конъюнктуры рынка .

Главной **целью** данной работы является исследование теоретических основ функционирования российского рынка ювелирных изделий и проведение оценки его конкурентоспособности

Достижение названной цели предполагает решение следующих **задач**:

–определить основные этапы развития ювелирной отрасли в России и раскрыть условия формирования современной рыночной конъюнктуры в исследуемой отрасли;

–исследовать подходы к регулированию отношений государства и субъектов ювелирного рынка России на современном этапе;

–дать оценку состоянию рынка ювелирных изделий и проанализировать конкурентоспособность российских компаний ювелирной отрасли;

–выявить актуальные проблемы ювелирной отрасли в условиях ухудшения внешнеэкономической конъюнктуры и определить направления развития ювелирной отрасли России

**Теоретико-методологическую и методическую основу** исследования составили федеральные законы, постановления Правительства Российской Федерации и категории экономической теории; труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам развития рынка легкой промышленности. Основными источниками получения данных для выпускной квалификационной работы послужили статистическая информация Федеральной службы государственной статистики и Министерства Финансов, данные Союза золотопромышленников и Пробирной палаты РФ.

В ходе разработки проблемы и решения задач были использованы **методологические подходы**: единство теории и практики, системный анализ. Кроме того, исследование проводилось с применением общих методов научного познания - теоретический анализ, аналогия, индукция и дедукция, классификация и моделирование, синтез, метод прогнозирования и обобщения. Анализ статистических данных проводился с применением методов выборки, сравнения, обобщения и группировки.

**Теоретическая значимость результатов исследования** состоит в обосновании основных факторов и современных тенденций развития российского ювелирного рынка, а также концептуальной разработке направлений регулирования отношений субъектов рынка и государства.

**Практическая значимость результатов исследования.** Выводы, рекомендации и методические разработки, содержащиеся в работе, могут быть использованы для создания инструктивно-методических материалов по формированию мероприятий государственной политики, направленной на улучшения структуры и объемов ювелирного рынка Российской Федерации, для разработки региональных концепций и стратегических проектов по повышению конкурентоспособности российских ювелирных компаний.

**Хронологические рамки работы** охватывают главным образом период с 2012 по 2017 года, при этом общие тенденции развития ювелирной отрасли затрагивают период с 2005 по 2014 года.

**Структура работы.** Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы из 100 источников, иллюстрирована 7 таблицами и 13 рисунками, содержит 106 страниц печатного текста.

Во введении раскрыта актуальность темы курсовой работы и степень изученности проблемы: определены цель, задачи, объект и предмет исследования, сформулированы научная новизна и практическая значимость результатов работы.

В первой главе рассмотрены сущностные характеристики отраслевой конкурентоспособности и методы ее оценки, этапы становления, развития

ювелирной отрасли и особенности современного рынка ювелирных изделий Российской Федерации, проведен критический обзор нормативно-правовой базы регулирования рынка ювелирных изделий

Во второй главе дана оценка общеотраслевых параметров рынка ювелирных изделий, проведен конкурентный анализ ведущих компаний ювелирной промышленности, а также исследована внешняя торговля ювелирными изделиями российских компаний и выявлена их внешнеэкономическая зависимость от зарубежных партнеров

В заключении подведены итоги работы, сформулированы основные результаты, выводы и практические рекомендации.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ОЦЕНКИ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

## 1.1. Сущностные характеристики отраслевой конкурентоспособности и методы ее оценки

Конкурентоспособность - это способность конкурировать, а конкурентные преимущества - это те преимущества, которые позволяют конкурировать. Другими словами, конкурентные преимущества - это проявляющиеся у конкурентных субъектов факторы конкурентоспособности. Понятие «конкурентоспособность» в процессе развития мировой экономики, затоваривания рынка и усиления конкуренции между производителями товаров и услуг, стало ключевым словом наряду с понятием «эффективность», а проблема достижения конкурентных преимуществ - одной из главных в деловой, управленческой, экономической и политической жизни.

Рассмотрение данного вопроса целесообразно начать с трактовки термина – «конкурентоспособность». Следует отметить, что в современной литературе существует много определений данного термина.

Так, Березин И.С. отмечает, что конкурентоспособность – это борьба за наиболее выгодные условия в целях получения максимальной прибыли [31].

В свою очередь, А. Цыгичко выделяет конкурентоспособность, как способ эффективного распределения ограниченных ресурсов общества. Им же отмечается, что конкурентоспособность выполняет стимулирующую функцию. Кроме того, посредством конкурентоспособности происходит распределение доходов в соответствии с вкладом и эффективностью использования факторов производства [93].

С.И. Ожегов в «Толковом словаре русского языка» термин конкурентоспособность трактует, как способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкурентам [23].

Р.С. Седеков дает следующее определение конкурентоспособности – это способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Автор подчеркивает, что товар или услуга являются конкурентоспособными или неконкурентоспособными на конкретном рынке [83].

Однако, на наш взгляд, наиболее оптимальным является определение конкурентоспособности Красавиной Л.Н., согласно которому под конкурентоспособностью понимается способность приспосабливаться и адаптироваться к условиям работы в постоянно меняющихся рыночных отношениях [53].

Конкурентоспособность отрасли – способность отрасли производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых и внутренних рынков, и создавать условия для роста потенциала конкурентоспособности предприятий отрасли. Факторы конкурентоспособности отрасли: отраслевая структура; наличие высококонкурентоспособных предприятий-лидеров; развитая отраслевая инфраструктура: система научно-технического, производственного, материально-технического и коммерческого сотрудничества как внутри отрасли, так и с другими отраслями в стране и за ее пределами; система распределения продукции; производительность труда; капиталоемкость и наукоемкость; технический уровень продукции; совокупность знаний и научных разделов, необходимых для самостоятельного освоения продукции и ее воспроизводства; объем технических заделов для реализации научных проектно- конструкторских разработок; степень экспортной ориентации или импортной зависимости отрасли; степень соответствия уровня развития отрасли общему уровню развития национального хозяйства, степень использования продукции в различных отраслях народного хозяйства.

Понятие «конкурентоспособность отрасли» в системе иерархии уровней управления (предприятие, отрасль, регион, государство): уровень конкурентоспособности отрасли для более низшего уровня иерархии

(предприятие, товар) выступает в качестве фактора внешнего конкурентного преимущества, а для верхнего уровня иерархии (регион, государство) – в качестве внутреннего конкурентного преимущества.

Конкурентоспособность отраслей – эффективность работы отдельных отраслей национального хозяйства, оцениваемая помимо традиционных критериев по показателям, характерным для данной отрасли и описывающим степень ее живучести и динамичности при различных вариантах развития экономики данной страны и всего мира в целом.

Конкурентоспособность отрасли определяется наличием в ней технических, экономических и организационных условий для создания производства и сбыта (с издержками не выше интернациональных) продукции высокого качества, удовлетворяющей требованиям конкретных групп потребителей.

Конкурентоспособность отрасли (комплекса отраслей) определяется наличием у нее определенных конкурентных преимуществ, позволяющих производить продукцию:

- с издержками не выше интернациональных;
- высокого качества;
- удовлетворяющую требованиям конкретных групп покупателей

(потребителей) относительно:

- потребительской ценности товаров;
- их рыночной новизны ;
- стоимости (цены).

Конкурентоспособность отрасли предполагает наличие в ней:

- рациональной отраслевой структуры;
- группы высококонкурентных предприятий (фирм)-лидеров, подтягивающих другие предприятия отрасли до своего уровня;
- отлаженной опытно-конструкторской, прогрессивной производственно-технологической базы;
- развитой отраслевой инфраструктуры;

- гибкой системы научно-технического, производственного, материально-технического и коммерческого сотрудничества как внутри отрасли, так и с другими отраслями в стране и за ее пределами;

- хорошей маркетинговой подготовки у производителей и сбытового звена и опыта активной и продуманной рыночной деятельности.

Рассмотрим критерии определения конкурентоспособности отрасли:

Первый критерий: наличие естественно-конкурентных преимуществ. Это то, что выгодно отличает данные отрасли, что предопределяет их лидирующее положение на рынке, прежде всего - внешнем, характеризующем экспортные возможности.

Второй критерий: наличие значительного научно-технологического задела, являющегося основой для продвижения выпускаемой продукции на рынок - прежде всего опять-таки на внешний, где реализация экспортных возможностей напрямую зависит от ее конкурентоспособности.

Использование названных выше критериев позволит учесть в выборе конкурентоспособных отраслей то обстоятельство, что конкурентоспособность может обеспечиваться или по ценовым характеристикам (потребитель при прочих равных выбирает более дешевую продукцию), или по техническим характеристикам (потребительским качествам).

При анализе состояния отрасли встает вопрос об индикаторе конкурентоспособности, который позволил бы определить конкурентоспособность в количественном выражении. В настоящее время отсутствует общепринятая и стандартизованная методика оценки конкурентоспособности отрасли. Данной проблемой занимаются многие ученые, чем и объясняется разнообразие подходов к решению данного вопроса. Оценка уровня конкурентоспособности различных объектов (в т.ч. отрасли) является сложной задачей по ряду причин: во-первых, в конкурентоспособности фокусируются многочисленные показатели качества и ресурсоемкости работы персонала; во-вторых, в настоящее время отсутствуют

международные документы (по аналогии со стандартизацией других объектов) по оценке конкурентоспособности.

Важными при аналитическом исследовании уровня конкурентоспособности в форме конкретного показателя является факторный анализ. По мнению А. Дж. Стрикленда на конкурентоспособность субъекта хозяйствования влияют такие факторы, как:

- качество и характеристики продукции;
- репутация (имидж);
- производственные мощности;
- инновационные возможности;
- использование технологий;
- дилерская сеть и возможности распространения;
- финансовые ресурсы;
- издержки по сравнению с конкурентами;
- обслуживание клиентов [58].

М. Портер же определяет в качестве основных факторов конкурентоспособности такие элементы, как:

- принадлежность субъекта хозяйствования к определенной отрасли;
- использование конкурентных стратегий;
- цепочка создания стоимости продукции.

Он предлагает при оценке конкурентоспособности отрасли основываться на показателях: доля промышленности в мировом экспорте; доля определенной отрасли или кластера в общем объеме экспорта; доля кластера в мировом экспорте [67].

Формулируя индикатор конкурентоспособности субъекта хозяйствования как экономической категории, используют различные показатели. Показатели рассчитываются на основе определенной методологической базы, которая включает следующие основные направления:

- методы оценки сравнительных преимуществ;

- методы оценки равновесия фирмы и отрасли;
- методы анализа эффективной конкуренции;
- методы оценки качества товара как основы конкурентоспособности;
- матричные методы оценки конкурентоспособности;
- интегральный метод оценки конкурентоспособности;
- метод оценки мультипликатора;
- метод оценки стратегического потенциала предприятия;
- методы оценки в сравнении с идеальным показателем (эталонном).

Ученые приводят различные показатели оценки устойчивости отрасли, которые в целом можно определить в следующие категории:

- показатели анализа вклада отрасли в экономику региона (анализ конкурентоспособности отрасли в количественном выражении);
- показатели анализа условий формирования конкурентоспособности отрасли, то есть ресурсной базы (анализ конкурентоспособности отрасли в качественном выражении);
- показатели анализа кластеров. Анализируя кластеры, предлагается рассматривать такие показатели, как:
  - показатели отраслевого роста (сравнительная оценка темпов роста отрасли с темпами роста экономики в целом);
  - показатели кластерного роста (сравнение темпа роста продукции кластера с темпом роста отрасли, оценка доли продукции кластера в валовом региональном продукте) [23].

Говоря о показателе конкурентоспособности отрасли, необходимо учитывать свойство его устойчивости, которое на сегодняшний день обеспечивается кластерами. Кластеры представляют объединенные на одной территории группы предприятий, связанных единым процессом создания блага. Кластер позволяет увеличить масштабы производства за счет эффекта синергии, запустив тем самым эффект мультипликатора в развитии конкурентоспособности отрасли.

Ювелирные компании осуществляют свою деятельность на рынке - организованной структуре, где «встречаются» производители и потребители, продавцы и покупатели, где в результате взаимодействия спроса потребителей и предложения производителей устанавливаются и цены товаров, и объемы продаж. Действующие в ювелирной отрасли производители - конкуренты являются главной силой, определяющей прибыльность предприятий отрасли на рынке.

Первым основополагающим фактором прибыльности ювелирного предприятия является притягательность отрасли. Конкурентная стратегия должна разрабатываться на основе всестороннего понимания правил конкурентной борьбы, которые и определяют привлекательность или прибыльность ювелирного бизнеса.

В ювелирной отрасли правила конкуренции также определяют пять движущих конкурентных сил: выход на рынок новых конкурентов, угроза со стороны субститутов, рыночная власть покупателей, рыночная власть поставщиков, соперничество между действующими на рынке конкурентами (рис. 1.1).

Совместное действие этих пяти сил определяет способность ювелирного предприятия получать в среднем прибыль на вложенный капитал, превышающую стоимость капитала. Суммарная мощь данных пяти сил может меняться по мере развития ювелирной отрасли. В результате потенциальный уровень прибыльности тоже меняется [40].



Рис. 1.1. Пять конкурентных сил, определяющих прибыльность ювелирной отрасли

Источник: [40, с. 162]

Прибыльность ювелирной отрасли не зависит от внешнего вида выпускаемой продукции и от того, применяются ли в ее производстве новейшие технологии, так как определяется исключительно ее структурой.

Прибыльность ювелирной отрасли в целом определяется действием вышеописанных пяти сил, поскольку именно они воздействуют на цены, издержки и уровень необходимых инвестиций действующих в отрасли предприятий – все эти элементы являются также составляющими доходности капиталовложений. Рыночная власть покупателей влияет на то, какие цены ювелирное предприятие может устанавливать на свою продукцию, - точно так же влияет на цены угроза со стороны продуктов – заменителей (субститутов). Рыночная власть покупателей также определяет размеры издержек и инвестиций – «влиятельные» покупатели требуют дорогостоящего обслуживания. От рыночной власти поставщиков зависит стоимость сырья, оборудования и материалов. Интенсивность соперничества также влияет на цены, равно как и на издержки конкуренции, в таких сферах,

как производство, разработка продукта, реклама и торговля. Постоянная угроза появления новых конкурентов ограничивает рост цен и определяет необходимый стартовый уровень инвестиций, что является инструментом сдерживания притока новых конкурентов [40].

Интенсивность действия каждой из этих сил определяется структурой ювелирной отрасли и лежащими в её основе экономическими и техническими особенностями. Важнейшими её элементами являются: барьеры вхождения в ювелирную отрасль; факторы, определяющие рыночную власть поставщиков и покупателей; факторы, определяющие соперничество в отрасли; факторы, определяющие угрозу со стороны продуктов - заменителей.

Изменения структуры ювелирной отрасли сказываются как на абсолютной, так и на относительной интенсивности каждой из пяти сил, и соответственно положительно или отрицательно влияют на прибыльность всей отрасли. Для выработки стратегии наиболее важными являются те тенденции развития ювелирной отрасли, которые оказывают воздействие на структуру отрасли в целом.

Но если бы вышеописанные силы конкуренции и определяющие их структурные факторы были просто производной от внутренних характеристик ювелирной отрасли, конкурентная стратегия в этом случае зависела бы исключительно от выбора «правильной» отрасли, а также от способности понять действие пяти главных сил лучше, чем это могут сделать конкуренты. Но, хотя это и является важнейшей задачей, стоящей перед любым ювелирным предприятием, и именно в этом состоит сущность стратегии конкуренции, ювелирное предприятие обычно не является заложником структуры отрасли. Применяя те или иные стратегии, ювелирное предприятие может управлять силами конкуренции. Но если любое ювелирное предприятие может видоизменять структуру отрасли, это означает, что оно может фундаментально изменить и прибыльность отрасли -

к лучшему или худшему. Многие ювелирные предприятия, избрав успешную стратегию, смогли таким образом изменить правила конкурентной борьбы.

Рассмотрим факторы, определяющие конкурентоспособность ювелирной отрасли, более подробно.

1. Структура ювелирной отрасли и потребности покупателей. Удовлетворение потребностей покупателей лежит в основе успеха предпринимательства и является условием жизнеспособности как всей отрасли, так и каждого ювелирного предприятия, работающего в ней. Покупатель должен захотеть платить за продукт цену, превосходящую издержки на его производство, иначе вся индустрия погибнет.

Для производителя основой конкурентоспособности продукции является уровень развития производства, обеспечивающий соответствие показателей конкурентоспособности, желаемых для потребителей. Потребителей практически не интересуют производственные проблемы. Для потребителя важны конкурентные преимущества продукции предприятия.

Удовлетворение потребностей покупателей ювелирной продукции, являясь условием прибыльности отрасли, при этом не является условием достаточным. Ее прибыльность определяется тем, получают ли работающие в ювелирной отрасли предприятия прибыль при создании ими стоимости или в ходе конкуренции она достанется другим. Именно структура отрасли определяет, кто создает ценность для потребителя и получает прибыль. Угроза вхождения в отрасль новых конкурентов постоянно повышает вероятность того, что прибыль в ходе конкуренции перейдет к только что появившимся на рынке ювелирным предприятиям или к покупателям - в виде снижения цен в результате того же появления новых конкурентов. Прибыль может также сократиться в случае, если повысятся издержки, необходимые для успешного ведения конкуренции. У покупателей также есть определенная рыночная власть - благодаря ей наибольшие выгоды от создания стоимости могут перейти к покупателю, а ювелирное предприятие-производитель получит лишь скромную прибыль. На рынке постоянно

существует угроза появления продуктов-субститутов - в зависимости от того, насколько они могут удовлетворить те же потребности покупателей, создается потолок цен, то есть та максимальная сумма, которую покупатель готов уплатить за товары, производимые в ювелирной отрасли. Рыночная власть поставщиков определяет, в какой степени прибыль в результате создания и реализации стоимости для потребителя перейдет к поставщикам, а не к ювелирным предприятиям-производителям отрасли. Интенсивность соперничества влияет на распределение доходов так же, как и угроза появления новых конкурентов. От интенсивности конкурентной борьбы зависит, кто будет наиболее прибыльным в отрасли: сами ювелирные предприятия-производители, или покупатели за счет снижения цен, или же другие участники рынка за счет высоких издержек в ходе конкурентной борьбы.

Таким образом, именно структурой отрасли определяется то, какая доля дохода от стоимости, созданной для потребителя, перейдет к ювелирным предприятиям - производителям, а какая - в другие руки. Если продукт не представляет особой ценности для покупателей, ювелирные предприятия получают лишь небольшую прибыль независимо от того, какие элементы входят в структуру индустрии. Но если продукт представляет для покупателя большой интерес, именно структура индустрии решающим образом определяет распределение дохода от созданной стоимости.

## 2. Структура отрасли и баланс спроса и предложения.

Имеется и другая распространенная точка зрения на факторы прибыльности отрасли, а именно: ее прибыльность определяется балансом спроса и предложения. Если спрос превышает предложение, отрасль является высокоприбыльной. Но в долгосрочной перспективе баланс спроса и предложения в большой степени зависит от структуры отрасли, и последствия дисбаланса между спросом и предложением, которые сказываются на отраслевой прибыльности, также определяются ее структурой. То есть даже если небольшие колебания спроса и предложения сказываются на

краткосрочной прибыльности, в долгосрочной перспективе отраслевая прибыльность определяется ее структурой.

Уровни спроса и предложения постоянно меняются, приводя друг друга в соответствие. Последствия дисбаланса спроса и предложения для прибыльности отрасли весьма разнообразны и также определяются структурой отрасли. Таким образом, структура отрасли в основе своей определяет, как быстро придут в соответствие друг с другом спрос и предложение, а также взаимосвязь между использованием производственных мощностей и прибыльностью.

Влияние спроса на конкурентоспособность продукции предприятия. Первым направлением применения теории спроса является ее использование для разработки стратегии предприятия на рынке и анализа конкурентоспособности его продукции. Для определения объема производства необходимо оценить ситуацию на рынке, проведя анализ спроса и предложения и оценив уровень конкурентоспособности продукции, производимой данным предприятием.

3. Размер реального (платежеспособного) спроса обеспечивает конкурентоспособность продукции и зависит от реальной покупательной способности, а также цены на товар.

Произвести анализ потенциального спроса очень сложно, так как любое изучение статистики, привлечение социологических исследований и печатных материалов дает лишь приблизительный результат. Личные контакты с возможными покупателями дают возможность определить их предпочтения, вкусы и требования, но это требует больших затрат времени и денег.

В любом случае спрос влияет на конкурентоспособность ювелирной продукции – то есть на её способность отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке [47].

Таким образом, конкурентоспособность ювелирной продукции определяется, с одной стороны, качеством товара, его техническим уровнем,

потребительскими свойствами и, с другой - ценами, устанавливаемыми продавцами товаров и колебанием спроса. Кроме того, на конкурентоспособность ювелирной продукции влияют мода, реклама, имидж производителя и ситуация на рынке, а особо важное значение имеют их эстетические свойства. Эстетическими называются свойства ювелирных изделий выражать в чувственно воспринимаемых признаках формы свою общественную ценность. Эстетические свойства характеризуют соответствие ювелирного изделия эстетическим потребностям общества и человека.

Соответственно, определяя показатель конкурентоспособности ювелирной отрасли, необходимо оценивать устойчивость предприятий, то есть способность поддерживать определенное состояние в долгосрочном периоде при определенном воздействии внешней среды. Конкурентоспособность отрасли можно оценить различными показателями в зависимости от используемой методологии.

## **1.2. Этапы становления ювелирной отрасли и особенности современного рынка ювелирных изделий Российской Федерации**

По окончании революции 1917 г. значительно снизились темпы развития ювелирной отрасли в России. Ювелирных дел мастера, большая часть из которых являлась учениками Фаберже, организовали артель, которая выросла с годами в Московскую ювелирную фабрику. Здесь работали исключительно с золотом и драгоценными камнями, создавая опытные образцы и модели, на базе которых затем выпускались серийные изделия.

Процесс развития русского ювелирного дела, формы творчества особенно зависимой от уровня материального благосостояния общества, был прерван революционными событиями октября 1917 года и последовавшей за ними гражданской войной и разрухой.

Советское правительство приняло ряд мер, направленных на сохранение и развитие культурного наследия России. В том числе серьезное внимание было обращено и на ювелирное дело.

В 1918 г. в Москве начал работать платиновый завод (на базе бывшей фабрики Хлебникова), который в основном выпускал всевозможные изделия для химической и электрохимической промышленности и научных лабораторий, а кроме того, небольшое количество серебряных ювелирных изделий, главным образом предметов столовой сервировки – ложек, вилок, подстаканников, на которых ставилось клеймо «платин-прибор».

В первые же годы после революции ювелирные артели создаются в районе Красносельского кустарного промысла, где выпускается ограниченный ассортимент изделий, от значков и чайных ложек до перстеньков, колец, серег и браслетов. Особенной популярностью пользуются изделия, сохраняющие черты народных украшений, например, серьги-калачи. То же происходило и на финифтяном производстве в Ростове-Ярославском. Этим традиционным центрам оказывалась экономическая поддержка со стороны государства, но они испытывали и серьезное идеологическое давление, так как основная задача, по мнению властей, состояла в изготовлении уникальных выставочных изделий, предназначенных для презентации достижений советской власти в области художественной культуры на международных художественно-промышленных выставках.

Удовлетворение эстетических вкусов на внутреннем потребительском рынке реализовывали небольшие производственные артели и частные мастера, работавшие тайно и приобретающие материалы на «черном рынке». Их работа находилась в тени официальной линии, и потому не испытывала сильного идеологического давления со стороны власти.

Единственными разрешенными видами предпринимательства, вплоть до введения в 1921 г. нэпа, были кустарные промыслы и народные ремесла. В недолгий период нэпа в ювелирной жизни Петрограда наступает некоторое оживление: вновь открываются частные ювелирные мастерские, известные еще с дореволюционных времен, – Брицына, Абовича, Бейлина, Гласса,

Кадыкова, Мейсея, Соркина, выполнявшие на высоком профессиональном уровне заказы «нэпманов».

Советская власть рассматривала ювелирное дело исключительно как средство пополнения казны. Этим объясняются ее попытки восстановить некоторые ювелирные отрасли и предприятия, например, Петергофскую гранильную фабрику. Так, на Петергофской гранильной фабрике, используя запасы поделочного и полудрагоценного камня, сохранившегося с дореволюционных времен, выпускали резные художественные изделия, которые, наряду с агитационным фарфором, шли на экспорт. Была созвана даже правительственная конференция, где приняли решение не просто сохранить Петергофскую гранильную фабрику, но создать при ней музей, исследовательский институт, занимающийся «...вопросами, связанными с камнерезным делом... и студию, где широкие круги художников стали бы отдавать себя художественному творчеству...». Однако в результате при фабрике открылась лишь школа подготовки мастеров-камнерезов, где учеников обучали лепке, композиции, знакомили с природными свойствами камней.

После организации в 1922 г. Народного комиссариата финансов РСФСР была разрешена свободная торговля изделиями из серебра и золота среди населения, что положительно сказалось на возрождении ювелирной промышленности. В 1923 г. было организовано Московское ювелирное товарищество (МЮТ), на которое был возложен контроль за торговлей и производством ювелирных изделий. При контроле товарищества находилась база по скупке драгоценных камней, изделий из золота, серебра, часов, а также мастерская по реставрации и изготовлению ювелирных изделий. МЮТ имело в Петрограде, Баку, Тбилиси и других городах аналогичные конторы с магазинами ювелирного товарищества, которые наблюдали за работой артелей, ювелиров-кустарей, обеспечивая их сырьем и организуя продажу готовых изделий. Специальный отдел занимался костромскими изделиями из

серебра. Вся ювелирная продукция периода 1923-1926 гг. выходила с клеймом «МЮТ».

В 1926 г. МЮТ было реорганизовано в ювелирную контору Мосторг. Мосторгу подчинялось все ювелирное производство страны. Много уделялось внимания скупке драгоценных камней, изделий из драгоценных металлов и часов. Скупочные пункты (Торгсины) были во всех крупных городах, были и разъездные агенты по скупке. При Мосторге была мастерская по реставрации часов и украшений, которые затем поступали в продажу. Чтобы обеспечить сбыт драгоценных изделий, Мосторг издавал каталоги-прейскуранты.

Со второй половины 1920-х годов ситуация в отечественном ювелирном деле существенно осложняется. Уже первые предпринятые советской властью попытки свертывания НЭП вели к ликвидации круга потенциальных заказчиков. Появление украшений в классическом стиле еще можно было как-то выдать за «бабушкино наследство». Тем более, что все искусство «сталинской эпохи» начинает тяготеть к классицистическим формам. Но авангардистские поиски в ювелирном искусстве в «сталинскую эпоху» стали уж совсем невозможны.

Реально производство ювелирных украшений в России возобновляется только в начале 1930-х годов, когда государству удастся достичь некоторой экономической стабильности и складываются общественные слои, испытывающие потребность в таких вещах. Изделия треста «Русские самоцветы» из относительно недорогих материалов, представляли броши, серьги и кулоны, в композициях которых доминировала яркая цветная вставка природного камня. Кроме треста «Русские самоцветы» в Москве, Ленинграде и Свердловске в предвоенные годы ювелирная промышленность располагала несколькими артелями и небольшими фабриками.

В 1930 г. в Москве впервые были построены два часовых завода. Позднее такие заводы были открыты и в других городах Советского Союза. За короткий промежуток времени советские часовые заводы освоили

производство различных типов наручных, карманных, настольных и настенных часов, многие из которых имели корпус из драгоценных металлов. Чтобы как-то компенсировать потери при торговле сырьем, в 1930-е гг. государственными структурами было принято решение о восстановлении промышленного производства ювелирных изделий.

Исходя из этого, ювелирное производство в промышленных артелях организовывалось с учетом спроса западноевропейского покупателя с непритязательным вкусом и максимальным удешевлением производства. Большую роль в накоплении золотого запаса страны сыграл Торгсин.

В 1936 г. после ликвидации Торгсина и на базе Мосторга была организована Всесоюзная контора по производству и торговле ювелирными изделиями при Народном комиссариате торговли СССР Главювелирторг, 20 контор которого были расположены по всей стране. Тогда же возникли в Москве, Ленинграде, Киеве, Одессе, Харькове, Баку, Тбилиси, Ереване крупные ювелирные фабрики, работающие до настоящего времени. Они впервые начали ставить на изделиях из золота и серебра свои клейма-именники. В то же время, кроме ювелирных фабрик, стали клеймить изделия своими именниками ювелирные артели и промкомбинаты, возникшие в 1920—1930-х годах на базе старых промыслов и продолжавшие местные традиции.

Первые попытки переосмысления национального художественного наследия в ювелирном деле относятся ко второй половине 1930-х гг. Тогда относительный рост благосостояния населения страны, наступивший в результате индустриализации, обусловил начало выпуска на Костромской фабрике ювелирных изделий из драгоценных металлов. Определенную роль, по-видимому, сыграло установление торговых отношений с западноевропейскими странами. Здесь «стали ощущать исчерпанность авангарда и в поисках точки опоры обратились к прошлому, к художественной традиции».

В конце 1930-х в Свердловске начинают выпускать в стилистике близкой европейскому Ар Деко оригинальные изделия – броши со вставками геометрических форм из местного поделочного камня – яшмы, агата.

Новая волна интереса к традициям связана с общим национально-патриотическим подъемом в послевоенные годы. В октябре 1947 г. был создан ГлавЮвелирторг, но первая специализированная выставка состоялась только в 1958 г.. Как самостоятельная ювелирная отрасль в Советском Союзе сформировалась только в 1966 г.

Развернувшаяся в середине 1950-х годов в России борьба с украшательством (Правительственное Постановление 1955 г.), а затем декларация лозунга «Искусство в быт» (Москва, ЦВЗ «Манеж», 1961) намеренно ориентировали творческие поиски художников, в том числе и ювелиров, на промышленное производство (XXI съезд КПСС). Однако существующая монополия государства на добычу и обработку 14-драгоценных материалов, тогда уже априорно развела эти два вида ювелирного дела [98].

С момента учреждения на рубеже 1950-х и 1960-х годов Объединения «Росювелирпром», позднее, в 1966 г. «Союзювелирпром» при Министерстве точного приборостроения, автоматизации и средств управления СССР, а в 1990-е годы реорганизованного в Комитет по драгоценным камням и золоту при Правительстве РФ, располагавших доступом к распределению драгоценных материалов, происходит планомерное осуществление идеи, высказанной В. И. Мухиной еще в послевоенные 1940-е годы в докладной записке в Правительство о централизованном руководстве художественной промышленностью. В соответствии с этой программой в систему государственной ювелирной промышленности были переведены и некоторые из бывших ювелирных центров, например, черной в Великом Устюге, сканой в Красном-на-Волге.

С этих пор ювелирная промышленность и ювелирное искусство в России и Советском Союзе в целом развиваются параллельно,

самостоятельно, независимо друг от друга. Первая решает вопросы удовлетворения нарастающего потребительского спроса. Другое — профессиональные проблемы создания оригинальных художественных ювелирных украшений и других произведений.

В результате дифференциации современного ювелирного дела в России сложилась парадоксальная ситуация, когда дорогие изделия из драгоценных материалов предназначались для массового потребления, а недорогие — из недрагоценных материалов — для специалистов-историков и экспертов и узкого круга ценителей.

Так к началу 1960-х годов произошла своеобразная переоценка ценностей — изделия из драгоценных материалов по своему художественному уровню перешли в разряд бижутерии, а произведения художников-ювелиров из недрагоценных материалов стали средоточием не материальных, а художественных ценностей, собственно произведениями искусства, репродуцирование которых в благородных материалах бессмысленно. Именно в этой сфере в начале 1960-х годов сконцентрировался творческий потенциал художников-ювелиров, работающих в системе Художественного фонда Союза художников РСФСР.

Кардинальные перемены произошли на рубеже 1960–1970-х гг. благодаря приходу в ювелирное дело новых творческих сил. И они совпали с общеевропейским подъемом в авторском ювелирном искусстве [98].

В России в 1960-е гг. на Комбинатах прикладного искусства Художественного фонда РСФСР и СССР организованы и очень скоро достигли расцвета цеха по изготовлению авторских серий ювелирных украшений из мельхиора с цветными ювелирными и поделочными камнями. Малосерийные произведения ювелирного искусства в СССР пользуются спросом у творческой интеллигенции — актрис и писателей, которые в определенном смысле становились соавторами художников, альтернативных производству банальных драгоценностей.

Возросшее внимание к ювелирным изделиям свидетельствовало об изменении общественного статуса этого искусства. Объявлялись конкурсы, организовывались выставки, художественные галереи представляли новые произведения и персональные выставки, что создавало новые направления и стимулировало продажи. И это, несмотря на различия политического строя, большего или меньшего развития материально-технической базы, происходило практически повсеместно. Но стилистику все же определяет время. В Западной Европе это экономический бум и рост потребления, вызвавший невиданное до сих пор разнообразие ювелирных изделий. А в России (СССР) – только начавшееся становление ювелирной промышленности и наступление политической «оттепели», духовно раскрепостившей людей.

Таким образом, советский период развития ювелирного дела в России характеризуется массовым производством довольно таки однотипных вещей. Но и в это время были мастера, работающие над уникальными произведениями, большая часть которых затем отправлялась на хранение в государственный Алмазный фонд. Сложившееся в литературе по отечественному ювелирному искусству мнение о фактическом отсутствии ювелирного производства в РСФСР вплоть до середины 1950 годов представляется ошибочным. Оно существовало в тех формах и в том качестве, в которых было востребовано новой социально-политической системой.

Современная ювелирная промышленность вносит существенный вклад в экономику России. Успехи в развитии ювелирной промышленности обусловлены, с одной стороны, общей политической стабильностью, ростом благосостояния населения, с другой – переходящими традициями российской ювелирной школы и стабильным спросом населения на ювелирные украшения.

Ювелирная промышленность тесно связана со многими участками экономики – гранильной промышленностью, алмазно-бриллиантовым

комплексом, аффинажными предприятиями, финансовыми институтами – банками и пр.

В целом, российская ювелирная промышленность – это успешный в инвестиционном отношении сегмент экономики. Ювелирная промышленность России смогла выжить в период перехода к рыночной экономике и все последнее десятилетие показывает устойчивый рост. В 2006 году объемы производства ювелирных изделий из золота сравнялись с показателями производства ювелирной продукции в СССР в 1990 году.

С 1988 по 2008 год ювелирная отрасль России демонстрировала устойчивый рост, о чем свидетельствует увеличение количества производства золотых ювелирных изделий, опробованных и заклеянных (в млн. штук) (рис. 1.2.).

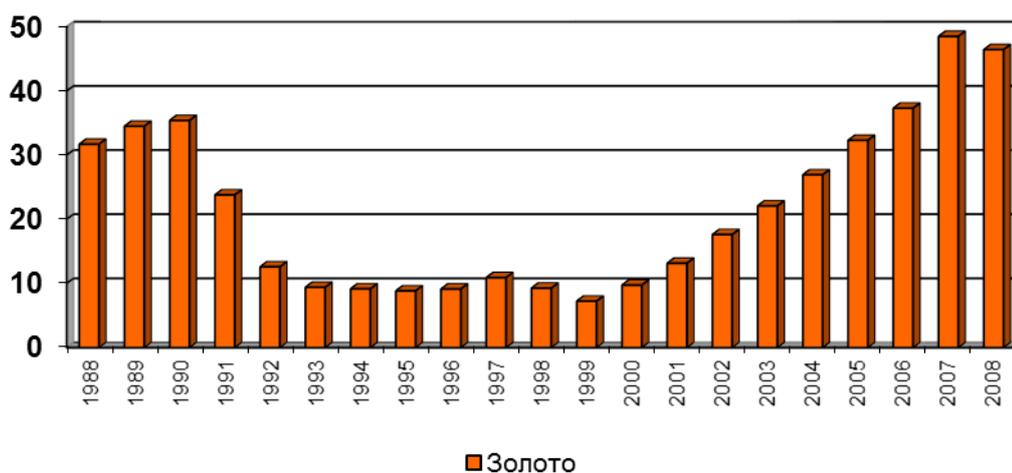


Рис. 1.2. Динамика общего количества золотых ювелирных изделий, опробованных и заклеянных (в млн. штук), по данным Пробирной палаты России (1988-2008)

Источник: [98]

Так, по данным Союза золотопромышленников РФ, в 2008 году в России было добыто и произведено 168 тонн золота (в том числе собственно добыча - 152 тонны). По оценке Комитета по драгоценным металлам и драгоценным камням Торгово-промышленной палаты, Россия занимает 5-е место по добыче золота в мире - около 15% мировой добычи.

Доля российской добычи и производства серебра в общемировом объеме невелика. В 2008 году Россия произвела около 1,3 тысяч тонн серебра, или 6,6% от мировой добычи.

Наступивший мировой финансовый и экономический кризис для ювелирной промышленности любой страны является очень ощутимым ударом. Ювелирная продукция – это не предмет первой необходимости, поэтому при появлении тенденций сокращения личных доходов граждан, повышения уровня безработицы и введения в личную жизнь режима жесткой экономии, рынок потенциальных покупателей ювелирных изделий резко сокращается. Кроме того, в условиях финансового кризиса ювелирные предприятия испытывают проблемы с ликвидностью – кредиты им предоставлять, как и прочему реальному сектору, банки практически перестали.

Мировая ювелирная отрасль в период кризиса испытала значительные проблемы, которые отразились и на ювелирной отрасли нашей страны. Так, крупнейшее российское гранильное предприятие – Смоленский ОАО «ПО «Кристалл» - вынуждено было временно перейти на сокращенную рабочую неделю.

В течение последних 3 лет российские ювелирные ритейлеры и бренды тестируют новые проекты и внимательно изучают локальные возможности для производства, особенно в среднем сегменте, где потребители ждут чего-то более нетрадиционного. Если на 2013 год около 65-70% ювелирных изделий в России приходилось на зарубежную продукцию, то в 2017 году эта доля стала заметно сокращаться в пользу российских товаров. Гильдия ювелиров дает оптимистичную оценку того, что более чем три четверти изделий на рынке сейчас – это продукция отечественного производства.

Тем не менее, несмотря на снижение доли импорта, на фоне резкого падения покупательской способности населения в сравнении с докризисным периодом и, соответственно, катастрофическим падением спроса на ювелирную продукцию, российские производители пострадали не менее, чем

закупщики импортных товаров: почти наполовину снизился объем производства в России (-45% золото и -20-30% серебро). Произошел отток покупателей от брендов среднего ценового сегмента к брендам бюджетного сегмента.

Во время пика второй волны кризиса, в 2015 году, спрос на ювелирные изделия из золота в России откатился на 14 лет назад – рынок (в валютном эквиваленте) сократился на 43% по сравнению с 2014-м. В 2016 г. продолжилось падение спроса – продажи упали еще на 11% по отношению к 2015г [98].

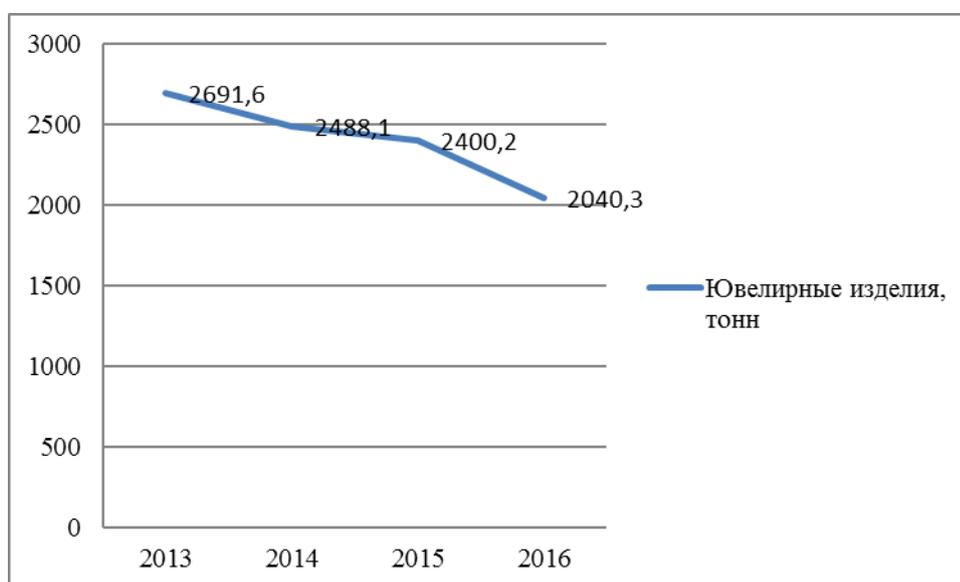


Рис. 1.3. Объем и динамика рынка ювелирных украшений, руб., 2012-2016  
Источник: [98]

Ювелирный рынок современной России был сформирован крупными «историческими» брендами, капитализирующими на репутации заводов-производителей советских времен;

Упрощённо специфику российского рынка ювелирных изделий в сравнении с европейским рынком можно обозначить как «консервативный спрос». Изделия и коллекции на прилавках отражают любовь населения к демонстративной декоративности с одной стороны и к традиционности, классике с другой.

Около 40% ювелирного рынка приходится на крупных игроков. На данный момент на рынке ювелирных украшений в России выделяется топ-7 игроков, которые суммарно занимают 32% рынка. Крупнейшей ювелирной сетью по выручке за 2017 год является сеть Адамас – 11,6 млрд. руб. и 6,7% от общего объема рынка. Второе место занимает Pandora с выручкой 8,6 млрд. руб., третье место – Московский Ювелирный Завод, 8,3 млрд. руб. соответственно. Так же на долю брендов люксового сегмента приходится еще около 10% рынка, она попадают на розничный рынок через таких крупных дистрибьюторов как Mercury Group, Jamilco, Космос Золото, Bosco di Ciliegi.

По данным исследования М.А. Research «Ювелирный ритейл в 2017-2018 гг., прогноз до 2020 года», по итогам 2017 г. объем розничного рынка ювелирных изделий в фактических ценах составил более 320 млрд рублей с учетом НДС, что почти на 4% выше, чем в 2016 году. Реальные темпы прироста рынка впервые за три года выросли, составив 1,3%, что обусловлено низким уровнем инфляции (2,5%) в 2017 году [98].

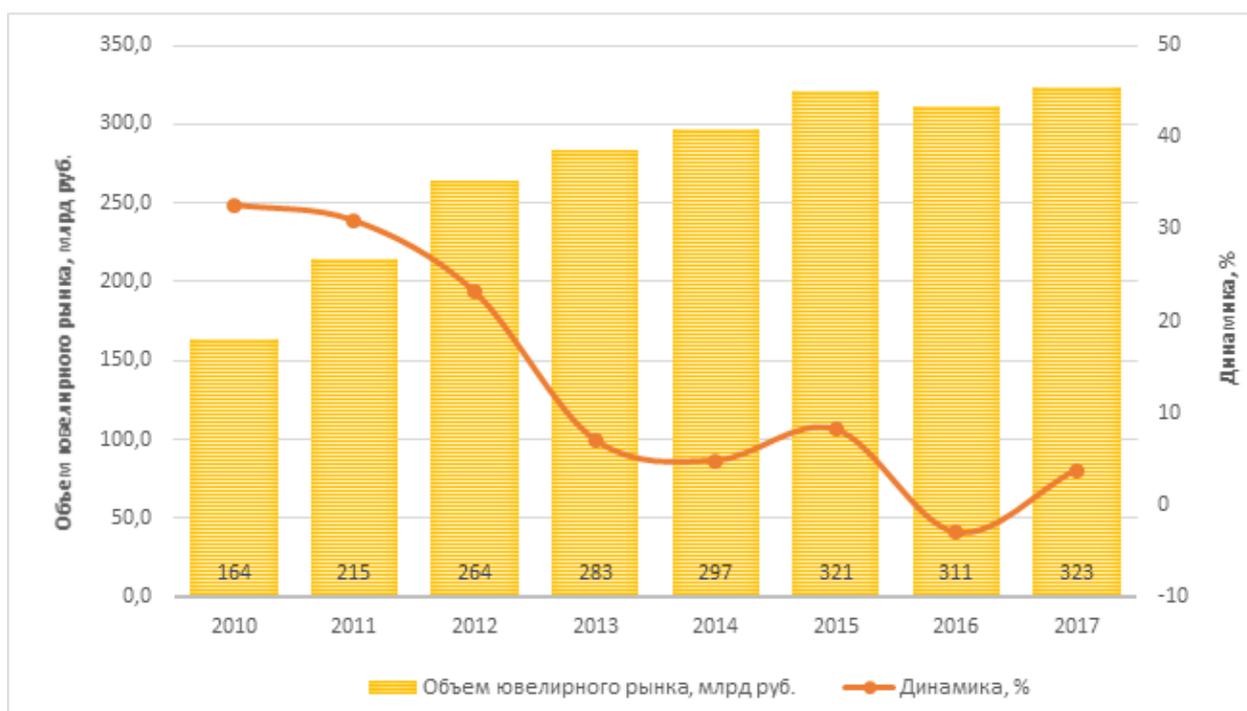


Рис. 1.4. Объем ювелирного рынка, млрд. руб.

Источник: [98]

В 2017 году на российском ювелирном рынке наблюдались противоречивые тенденции – на фоне роста производства и импорта ювелирных изделий, увеличения спроса на золото со стороны ювелирной промышленности эксперты говорили о продолжающемся снижении спроса на ювелирные украшения. Исследуя развитие российского ювелирного рынка в последние годы, аналитики M.A. Research выделили ряд особенностей, характерных именно для отечественной ювелирной индустрии.

Во-первых, ювелирный рынок остаётся непрозрачным, несмотря на усилия отдельных компаний и профессиональных ассоциаций, что отличает его от других сегментов ритейла. Во многом это связано с действием федерального закона «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», регулирующего оборот драгметаллов и драгоценных камней на территории РФ, на реформе которого настаивают профессиональные сообщества ювелиров. Необходимость изменений на законодательном уровне назрела еще несколько лет назад, однако до сих пор вопрос находится в стадии обсуждения, что крайне негативно отражается на развитии отечественного ювелирного рынка, включая экспорт российских ювелирных изделий, который неуклонно сокращается, несмотря на огромный потенциал именно экспортной составляющей ювелирного рынка.

По-прежнему «в тени» остается и онлайн-торговля ювелирными изделиями, хотя сегмент активно развивается, и его легализация станет одним из ключевых стимулов для развития ювелирной розницы. Поэтому сейчас фактически онлайн-торговли ювелирными изделиями как бы нет – действуют так называемые витрины или каталоги, по которым покупатель может либо «ознакомиться с ассортиментом», либо заказать понравившееся изделие в территориально удобный ювелирный магазин.

Во-вторых, розничный ювелирный рынок по-прежнему остается сильно фрагментированным, большая часть участников – это индивидуальные предприниматели или микропредприятия. Часто крупные розничные компании действуют через несколько юридических лиц и ИП,

причем иногда даже в пределах одного региона. Однако за счет развития крупных ювелирных сетей, как федеральных, так и региональных, рынок постепенно начинает консолидироваться.

Третьей особенностью российского ювелирного рынка является постоянно растущая доля сетевой торговли. Крупные ювелирные сети с каждым годом оказывают все более сильное влияние на ювелирный рынок, проводя весьма агрессивную маркетинговую политику, открывая магазины в небольших городах и населенных пунктах. По оценкам аналитиков ИА М.А. Research, на долю топ-5 ювелирных сетей приходилось порядка 20% розничных продаж ювелирных изделий в 2017 году. Темпы экспансии ювелирных сетей в 2017-2018 гг. ускорились, что говорит о растущем спросе, пусть даже его объектом остаются главным образом ювелирные украшения массового спроса.

Потребительские предпочтения в 2015-2017 гг. сместились в низкоценовой сегмент (включая «средний минус»), представленный недорогими украшениями из серебра и золота, недорогих ювелирных сплавов, ювелирной бижутерией и подобными изделиями. Растущий спрос на товары массового сегмента оказал негативное влияние на размер среднего чека в ювелирных магазинах, который снизился на 20-25% по сравнению с 2013-2014 гг [99].

Аналитики М.А. Research полагают, что в 2018-2019 г. г. на рынке сохранился спрос на недорогие ювелирные украшения на фоне некоторого оживления спроса на более дорогие изделия из золота и платины. По данным «Пробирной палаты России», объем опробованных и заклеянных ювелирных изделий из платины вырос в полтора раза по массе и более чем в два раза – по количеству изделий.

Спрос на ювелирные изделия в натуральном выражении в 2017 г. продолжил сокращаться, однако по сравнению с 2016 г. динамика снижения спроса замедлилась. Об этом свидетельствует индекс физического объема розничной продажи ювелирных изделий из драгоценных металлов и камней

– согласно данным Росстата, в целом по РФ в 2017 г. показатель составил 98,1% против 96,7% в 2016 году.

Стабильное повышение индекса физического объема розничных продаж говорит о постепенном восстановлении спроса на ювелирные изделия, однако говорить о полном восстановлении или бурном росте спроса преждевременно. Как будет развиваться ювелирный рынок в ближайшей перспективе, во многом будет зависеть от ситуации в российской экономике и возможном смягчении законодательства, регулирующего торговлю ювелирными изделиями, которое даст ювелирным ритейлерам возможность нарастить объемы продаж.

В качестве ключевых тенденций развития российского ювелирного рынка в 2017-2018 годах можно выделить следующее:

- закономерный «уход в серебро» и увеличение предложения в категории легковесные золотые изделия (покупатели, которые не рассматривают украшение как инвестицию, а покупают его как украшение-аксессуар, обращают больше внимания на серебряные изделия);

- относительно стабильный спрос на нишевые предложения. Ювелирные украшения, в которых можно выразить свою индивидуальность, являются результатом тщательного выбора и в кризис имеют более устойчивый спрос;

- выход на передний план российского производителя. Работа зарубежных ювелиров подорожала в связи с изменениями валютного курса в России, поэтому они не видят особых перспектив в продаже своей продукции в России, и временно уступают место на рынке российским производителям;

- сократилось число компаний-посредников между производителем и розничным оператором. Розничные компании активно развивают собственные бренды и постепенно вытесняют с массового рынка торговые марки, не имеющие сетей сбыта.

Таким образом, можно заключить, что российский ювелирный рынок, при некотором снижении темпов развития, все же продолжает активно

развиваться. Надежным источником развития ювелирной промышленности нашего государства на период до 2020 года должны стать:

- рост экономики России в целом, по всем отраслям, и как следствие – повышение уровня жизни и подушевым доходам российских граждан;

- предопределяющий рост внутреннего потребления, обусловленный повышением качества и ассортимента отечественной ювелирной продукции, традиционной любовью россиян к ювелирным украшениям, ростом уровня доходов населения и особым доверием населения к российскому производителю;

- выход российского производителя на массовый экспорт ювелирных готовых украшений.

Вместе с тем, сегодня российскому производителю приходится работать по отношению к зарубежным коллегам в неравных конкурентных условиях. Несмотря на состоявшуюся адаптацию российской ювелирной промышленности к рыночным условиям, ее технико-технологический уровень, а как следствие - и конкурентоспособность, нельзя считать удовлетворительным. В качестве причин можно обозначить:

- наличие несовершенного отраслевого законодательства;

- более высокую, чем у зарубежных конкурентов, налоговую и социальную нагрузку;

- практически запретительные таможенные пошлины на ювелирные вставки (сырье ювелирной промышленности, отсутствующее в России) и технологическое оборудование;

- неоперативность прохождения пробирного надзора;

- излишнее администрирование со стороны государства и многое другое.

### **1.3. Критический обзор нормативно-правовой базы регулирования рынка ювелирных изделий**

В соответствии с Конституцией РФ в России гарантируется единство экономического пространства, свободное перемещение товаров и услуг, поддержка конкуренции и свобода экономической деятельности. Правовое регулирование сферы производства и реализации ювелирных изделий представляет собой воздействие норм права, других специально-юридических средств на данный вид общественных отношений с целью их упорядочивания, дающая возможность гражданам, индивидуальным предпринимателям, юридическим лицам получения прибыли в результате осуществления на свой страх и риск деятельности по производству и реализации ювелирных изделий.

Целью правового регулирования является то, чтобы поведение и действие людей совершались в соответствии с нормами права, чтобы в результате действия норм социальные интересы протекали в направлениях, выгодных обществу, и в итоге возникали бы определенные социально полезные результаты в самых разных сферах общественной жизни: экономической, политической, культурной, экологической и т. п.

В сфере производства и продажи ювелирных изделий, в основном, используется императивный метод правового регулирования, который не допускает отступлений от требований нормы права, применяется метод власти и подчинения. Правовое регулирование отношений в ювелирной сфере обладает своими особенностями, так как здесь происходит пересечение как частных, так и общественно-государственных интересов и средств – например, свобода договора купли-продажи изделий, однако, при определенных суммах, требует обязательное предоставление покупателем сведений для идентификации. Несоблюдение данного условия ведет к определенным последствиям, как для покупателя, так и для продавца (ювелирного магазина).

Правовое регулирование производства и продажи ювелирных изделий осуществляется рядом нормативных правовых актов, которые, в частности, можно подразделить на две группы:

1. Группа нормативно-правовых актов, регулирующих отношения, связанные с юридическим оформлением деятельности по производству и продаже ювелирных изделий

2. Группа нормативно-правовых актов, регулирующих отношения по производству и продаже ювелирных изделий.

В группу нормативно-правовых актов, регулирующих юридическое оформление деятельности по производству и продаже ювелирных изделий входят:

– ФЗ № 41-ФЗ от 26 марта 1998 г. «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» [1];

– Постановление Правительства РФ от 1 октября 2015 г. № 1052 «О ведении специального учета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями»[5].

Юридическое оформление деятельности по производству и продаже ювелирных изделий заключается в том, что необходимо в первую очередь зарегистрировать юридическое лицо либо ИП. Необходимо встать на специальный учет в Российской государственной пробирной палатой при Минфине РФ через государственные инспекции пробирного надзора в течении 30 календарных дней с даты их государственной регистрации посредством включения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в реестр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Постановка на специальный учет осуществляется при подачи в уполномоченный орган непосредственно или заказным письмом с уведомлением о вручении либо в форме электронного документа в порядке, определяемом Министерством финансов РФ заявления о постановке на

специальный учет в произвольной форме, подписанное руководителем юридического лица или индивидуальным предпринимателем и карты специального учета по форме, утверждаемой Министерством финансов Российской Федерации. Данные требования предусмотрены Постановлением Правительства РФ от 1 октября 2015 г. № 1052 «О ведении специального учета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями». [5]

Отказ о постановке на специальный учет возможен, если предоставлены не все документы, указанные в Правилах ведения специального учета, а также представления карты специального учёта, содержащей недостоверные сведения и (или) оформленной ненадлежащим образом. Закон о драгоценных металлах и драгоценных камнях в нынешней редакции отменяет требование о получении лицензии на торговлю, как оптовую, так и розничную, ювелирными изделиями. Теперь лицензированию подлежит только банковские операции с драгоценными камнями и драгоценными металлами и геологическое изучение, разведка месторождений драгоценных металлов и драгоценных камней, их добыча.

Правовое регулирование самой деятельности по производству и продажи ювелирных изделий осуществляется рядом нормативно-правовых актов и технических актов регулирования в рассматриваемой области предпринимательской деятельности. В Законе о драгоценных металлах и драгоценных камнях установлены правовые основы регулирования отношений в области геологического изучения и разведки месторождений драгоценных металлов и драгоценных камней, а также их добычи, производства и обращения. Определено понятие драгоценных металлов, перечислены драгоценные камни, перечень которых может быть изменен только федеральным законом.

Необходимо отметить, что Закон не регулирует порядок совершения физическими лицами сделок с ювелирными и иными бытовыми изделиями из

драгоценных металлов и драгоценных камней, находящимися в собственности граждан. Устанавливается обязательная сертификация драгоценных камней и металлов, обязательное опробование ювелирных изделий. При становлении и функционировании демократического государства большую угрозу представляют нарушения законов. Это приносит вред не только правовым принципам общества, но и экономике государства.

В последнее время, широкую популярность приобретает дистанционный способ продаж ювелирных изделий – через интернет-магазины, социальные сети. Большое разнообразие фотографий на сайте, акции, проводимые интернет-магазинами позволяют максимально быстро и выгодно приобретать ювелирные изделия удаленно, используя ресурсы Интернет. Однако, возникает вопрос, насколько законна интернет-продажа ювелирных изделий. Постановлением Правительства РФ от 27 сентября 2007г №612 утверждены Правила продажи товаров дистанционным способом, в которых говорится, что продажа товаров дистанционным способом - это продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора. Не допускается продажа дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации.[14]

Указом Президента РФ от 22.02.1992 N 179 «О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации»

утвержден перечень продукции, для которых установлен определенный порядок реализации продукции, имеется определенный контроль. [4] В этот перечень входят драгоценные, редкоземельные металлы и изделия из них, а также драгоценные камни и изделия из них. По нашему мнению, Указ и другие нормативные правовые акты вводят только контроль, определенный порядок реализации, который заключается в том, что предпринимателю или юридическому лицу выдаются свидетельство о постановке на специальный учет, а также карта постановки, заверенная в Пробирной инспекции. Только организации, поставленные на специальный учет, имеют право заниматься операциями с драгоценными изделиями. И, соответственно, встав на учет в Пробирной инспекции и получив карту учета, можно свободно реализовывать ювелирные изделия.

Раньше, для осуществления операций с ювелирными изделиями необходимо было получить «ювелирную лицензию», однако сейчас такого требования в законодательстве нет. Сохранилось лишь требование о получении лицензии для субъектов добычи и производства драгоценных металлов и камней. В п.1 ст.4 данного Закона «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» сказано, что добыча драгоценных металлов, добыча драгоценных камней могут осуществляться исключительно организациями, имеющими специальные разрешения (лицензии). Таким образом, встав на специальный учет в Пробирной инспекции заниматься реализацией ювелирных изделий возможно, а каким образом, непосредственно или удаленно, это уже не имеет значения. Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 №55 запрещает продажу «вне стационарных мест торговли» (далее — разносная торговля) продовольственных товаров, а также изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней. [13]

Спорный момент заключается в том, что в документе оговаривается именно «разносная» торговля, а не дистанционная. При реализации ювелирных изделий, продавец обязан в доступной форме довести до покупателя всю необходимую информацию о товарах, которая дает

возможность правильно выбрать товар. Получается, если покупатель не видит изделие «вживую» и продавец дистанционно продает ему это изделие, то это нарушение правила продажи ювелирных изделий. Однако, если продавец разместит на сайте положение о том, что каталог является ознакомительным и продажа товара происходит после фактического ознакомления покупателя с изделием при доставке курьером и оплачивает товар после его осмотра, то это вполне является законной торговлей ювелирным изделием.

Таким образом, законодатель не совсем четко определил возможность дистанционной продажи ювелирных изделий, а те положения, которые вроде и ограничивают их реализацию дистанционно, можно обойти на практике вполне законно. Если договор купли-продажи ювелирных изделий заключается в месте нахождения клиента, после его ознакомления с изделием, то действия продавца можно считать вполне законными. Однако, встает вопрос о соблюдении требований законодательства о легализации преступных доходов. Федеральный закон от 07.08.2001 N 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» предусматривает обязательную процедуру идентификации клиента, если сумма по продаже ювелирного изделия равна или превышает 40 000 руб. [3] Это касается и дистанционной продажи ювелирных изделий.

По требованиям законодательства необходимо составить анкету покупателя, вписать все его личные данные, проверить покупателя через ресурсы сети Интернет в личном кабинете на сайте у Росфинмониторинга, и только потом продавать изделие. Зачастую, при продаже ювелирных изделий дистанционным способом, изделия передаются курьерской службе либо курьеру интернет-магазина для доставки клиенту. Сам курьер процедуру идентификации проводить не может, так как на него данная обязанность законом не возлагается. Данное лицо не ответственно за процедуру идентификации, ее должны проводить продавец либо лицо, специально

назначенное руководителем организации ювелирной торговли. Каким образом это должно осуществляться при дистанционной продаже ювелирных изделий, в законе не определено.

Закон 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (принят Государственной Думой РФ 13.07.2001г.) регулирует отношения, связанные с продажей ювелирных изделий покупателю, определяет обязательные требования при идентификации покупателя, закрепляет право продавца отказать в продаже изделия при определенных условиях, которые не влекут гражданско-правовые последствия для продавца и др. В настоящее время, 115-ФЗ занимает одно из особых мест в регулировании отношений, связанных с организацией ювелирного производства в России, продажей изделий Закон РФ от 07.02.1992г. №2300-1 «О защите прав потребителей» регулирует отношения между потребителем и изготовителем, продавцом при продаже товаров (в том числе ювелирных изделий), устанавливает права потребителей, определяет механизм реализации этих прав. [2] Однако, в области реализации ювелирных изделий данный законодательный акт применяется не полностью. В частности, требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации в сфере ювелирных отношений не распространяется.

Продажа ювелирных изделий дистанционным способом через Интернет-ресурсы очень востребована в наше время, и любая уважающая себя компания имеет свой вебсайт, посредством которого ведется удаленная продажа товара. Законодателем же дистанционная продажа ювелирных изделий не охвачена в полной мере, имеются пробелы, которые необходимо исключить. По нашему мнению, необходимо либо внести изменения в Закон «О защите прав потребителей» о прямом запрете на все виды продаж

ювелирных изделий, кроме как в местах стационарной торговли или специализированных ювелирных выставках либо внести дополнения в некоторые нормативно-правовые акты, а именно:

- Закон о легализации преступных доходов, в части идентификации клиента при дистанционных продажах;

- Закон «О защите прав потребителей» и Правила продажи дистанционным способом положения, которые полностью будет регламентирован порядок дистанционной продажи ювелирных изделий, дано определение самому понятию дистанционной продажи ювелирных изделий, определены права и обязанности как интернет-магазина ювелирных изделий, так и покупателей, установлены правила идентификации клиента в целях соблюдения законодательства о легализации преступных доходов и финансированию терроризма.

Именно внесение дополнений в вышеуказанные нормативно-правовые акты, как нам кажется, будет способствовать выходу из «тени» дистанционной продажи в ювелирной отрасли, упорядочиванию отношений в данной сфере, увеличению возможности борьбы с преступными доходами и, самое главное, поддержки предпринимательства, которое активно развивается в нашей стране в последние годы.

В Постановлении Правительства РФ от 04.01.1992 N 10 «О добыче и использовании драгоценных металлов и алмазов на территории Российской Федерации и усилении государственного контроля над их производством и потреблением» говорится о том, что разрешена добыча драгоценных металлов и драгоценных камней всем юридическим лицам и гражданам Российской Федерации. Все произведенные на территории РФ аффинированные драгоценные металлы, драгоценные камни, самородные минералы драгоценных металлов, найденные клады, конфискованные и скупленные у населения ценности поставляются исключительно в Комитет драгоценных металлов и драгоценных камней при Министерстве экономики и финансов.[6]

Постановление Правительства РФ от 01.12.1998 N 1419 «Об утверждении Порядка совершения операций с минеральным сырьем, содержащим драгоценные металлы до аффинажа» определяет отношения между собственниками минерального сырья, содержащего драгоценные металлы и другими участниками рынка при изменении физического состояния или содержания драгоценных металлов в минеральном сырье при его добыче, обогащении и металлургическом переделе до аффинажа; перехода права собственности и иных имущественных прав на минеральное сырье и продукты переработки минерального сырья; залоговых отношений с использованием минерального сырья; перемещения и хранения минерального сырья и продуктов переработки минерального сырья, содержащих драгоценные металлы. В Постановлении дано понятие «минеральное сырье», под которым понимается добытые из недр руды коренных месторождений, пески россыпных месторождений, руды и пески техногенных месторождений, а также продукты их переработки.[12]

В соответствии с Федеральным законом «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» Правительство Российской Федерации утвердило новые Правила опробования, анализа и клеймения ювелирных и других изделий из драгоценных металлов, а также перечень проб драгоценных металлов [9] и признало утратившим силу, действовавшее до недавнего времени постановление Правительства Российской Федерации от 18 июня 1999 г. N 643 «О порядке опробования и клеймения изделий из драгоценных металлов» [7].

Опробование и клеймение ювелирных изделий из драгоценных металлов в Российской Федерации осуществляется Российской государственной пробирной палатой при Министерстве финансов Российской Федерации, образованной в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 2 февраля 1998 г. N 106. [8] Кроме того, следует отметить и несколько правовых актов, дополняющие

регулирование отношений при производстве и реализации ювелирных изделий. К таковым относятся:

- Постановление Правительства РФ от 27.02.2003 N 127 «Об утверждении Положения о Государственном фонде драгоценных металлов и драгоценных камней Российской Федерации» определяет статус Государственного фонда России, порядок его пополнения, отпуск ценностей, операции с ценностями, их учет, хранение и отчетность. Госфонд России составляет часть золотовалютных резервов РФ и представляет собой совокупность драгоценных металлов и камней, изделий из них, а также их лома и отходов[10];

- Постановление Правительства РФ от 5 января 1999 г. N 8 «Об утверждении Порядка отнесения уникальных янтарных образований к драгоценным камням»[11];

- Письмо Министерства финансов от 6 августа 2003г. №23-02-04 /752 [15];

- Положением о порядке отнесения изделий, содержащих драгоценные металлы, к ювелирным, утвержденное Приказом Роскомдрагмета от 30.10.1996 N146 определен порядок отнесения изделий, содержащих драгоценные металлы к ювелирным[16];

- Письмо Роспотребнадзора от 08.04.2005 N 0100/2569-05-32 «О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара» [17].

Правовое регулирование отношений между продавцом ювелирных изделий (производителем) и покупателем, в принципе, осуществляется рассмотренными нами выше правовыми актами. Это, прежде всего, Закон «О защите прав потребителей», Закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 N 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» и др.

Регулирование отношений в области производства и продажи ювелирных изделий осуществляется и отраслевыми стандартами. Отраслевой

стандарт «Изделия ювелирные из драгоценных металлов. Общие технические условия. ОСТ 117-3-002-95 определяет, что ювелирные изделия должны соответствовать определенным требованиям, которые, и перечислены в Стандартах. Например, эмалевые покрытия изделий должны быть гладкими, блестящими, без сколов, трещин, пропусков, просветов, пятен и видимых под прозрачной эмалью дефектов металла. Вставки должны быть закреплены в оправе неподвижно, если иное не предусмотрено художественным решением, при этом возможность выпадения вставок должна быть исключена [18].

Таким образом, в условиях формирующегося в России свободного рынка товаров, поддержки предпринимательства государством, необходимо знать, что деятельность по производству и продажи ювелирных изделий находится на особом месте у законодателя. Для того, чтобы заниматься данным видом предпринимательской деятельности, необходимо исполнить ряд требований. Это касается, прежде всего, постановки на учет в соответствующих органах, которые осуществляют надзор за организациями ювелирного производства и торговли, контролируют их деятельность, а именно органы Пробирного надзора, Росфинмониторинга и прокуратуры. Законодатель в наше время создал максимально благоприятные условия для защиты интересов покупателей, стоит на контроле качества изделий посредством обязательного опробования всех изделий (кроме изделий из серебра весом до трех грамм), ввел обязанность производителя (продавца) ювелирных изделий указывать на бирках информацию о металле, вставках и др.

## ГЛАВА 2. ЭКОНОМИКО-СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РОССИЙСКОЙ ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ

### 2.1. Оценка общеотраслевых параметров рынка ювелирных изделий

Рынок ювелирных изделий, как и другие товарные рынки, находится под влиянием основных макроэкономических показателей по стране (ВВП, объема промышленного производства, уровня инфляции), а также уровня благосостояния потенциальных покупателей ювелирных изделий. По мнению участников рынка, его спад в 2008–2009 годы связан исключительно с негативным влиянием глобального финансово-экономического кризиса. Ознакомимся с состоянием рынка более подробно.

Занимающиеся производством ювелирных изделий организации (по данным Росстата их порядка 960) и индивидуальные предприниматели (их порядка 2300) расположены в 52 субъектах Российской Федерации. Основные центры производства расположены в Центральном федеральном округе, крупнейшим среди которых является Костромская область. Далее следует г. Москва с объемом производства в 6,15 млрд руб. На Красноярский край и Московскую область приходится по 10% производства, на г. Санкт-Петербург – 6% [33].

Крупнейшим предприятием по производству ювелирных изделий является ОАО «Красноярский завод цветных металлов». Его доля в производстве составляет 15,3%. Далее следует ООО «Адамас» с долей в общем объеме производства 9,4%. На торгово-промышленный холдинг «Бронницкий Ювелир» приходится 5,7% общего объема производства. В качестве прочих лидеров рынка по производству ювелирных изделий можно назвать ЮК «Алмаз-холдинг», ЮК «Эстет», ОАО «Московский ювелирный завод», ОАО «Русские самоцветы» (лидер ювелирного рынка г. Санкт-Петербург).

На сегодняшний день в России насчитывается свыше 22000 предприятий, занимающихся торговлей ювелирными изделиями. Их распределение по федеральным округам выглядит следующим образом:

- Центральный федеральный округ – 9460 предприятий;
- Южный федеральный округ – 4180 предприятий;
- Приволжский федеральный округ – 2640 предприятий;
- Уральский федеральный округ – 1980 предприятий;
- Сибирский федеральный округ – 1100 предприятий;
- Северо-Западный федеральный округ – 923 предприятия;
- Дальневосточный федеральный округ – 660 предприятий.

Исторически сложились четыре центра развития ювелирной торговли, приуроченные к крупным производствам:

- Кострома, Красное село и их окружение;
- Санкт-Петербург;
- Екатеринбург и Челябинск;
- Москва и Подмосковье [96].

В последние годы наблюдается развитие торговых систем в Ростове, Орле и Саратове, в Якутии и на Дальнем Востоке. Наиболее емкими рынками являются города Москва и Санкт-Петербург и Республика Татарстан. Спрос на ювелирные изделия на этих рынках растет быстрее, чем в других регионах, благодаря высокому уровню доходов населения, стабильной экономической ситуации и развитой промышленности.

Основная часть предприятий ювелирной торговли России работает по оптово-розничной схеме. Прослеживается тенденция увеличения числа собственных торговых сетей среди крупных производителей ювелирных изделий. Причиной этого является высокая конкуренция на рынке, низкая оборачиваемость ювелирных изделий и длительный производственный цикл. Розничная сеть позволяет производителям сокращать время от отгрузки изделия торговым организациям до получения денег за него и увеличивать маржу.

Общая закономерность в ценообразовании такова: чем выше себестоимость ювелирного изделия, тем выше его наценка, и наоборот. Наценка производителей на большинство изделий колеблется в пределах 20–30%. Розничная торговля увеличивает цену изделия на 40–60%. Кроме того, собственная розничная торговля для производителей – своего рода налоговое убежище.

Наиболее развитые розничные сети в г. Москве представлены заводами-изготовителями ювелирных изделий, в то время как региональный сегмент розничных сетей сконцентрирован на фирмах, специализирующихся только на продажах. Наиболее популярными сетями такого класса являются «Ювелирторг», «Ювелирная сеть 585», «Центр Ювелир», «Кристалл Мечты», «Alfa Gold», «Серебряный мир» и др [96].

ОАО «Ювелирторг» является безусловным лидером на рынке ювелирной продукции. Структура Ювелирторга представлена широкой сетью магазинов: 24 магазина в г. Санкт-Петербург и 23 магазина в других городах Северо-Западного федерального округа (Калининграде, Петрозаводске, Мурманске, Архангельске, Вологде, Апатитах, Выборге, Великом Новгороде, Пскове, Северодвинске, Череповце). Ювелирторг представляет почти 90% всех производителей ювелирной продукции России, в частности, «Русские Самоцветы», «Алмаз-холдинг», «Адамас», «Кристалл», «Яшма», «Ювелиры Урала», «Каст».

С 2006 года компания «Ювелирная сеть 585» осваивает новое направление – региональное развитие. Цель компании – открытие магазинов в крупных российских городах, чтобы стать крупнейшей федеральной ювелирной сетью. К концу 2017 года количество магазинов сети достигло 380 по всей России. Планы развития сети: открытие еще 250 торговых точек в России и 350 в ближайшем зарубежье (Украина, Казахстан).

Компания «Центр Ювелир» работает на ювелирном рынке уже 70 лет и в настоящее время является крупнейшей сетью ювелирных магазинов в

Москве. «Центр Ювелир» является пионером на отечественном рынке в области продаж изделий из желтого и белого золота, платины. Торговая сеть включает в себя 21 фирменный магазин. Основными видами деятельности является оптовая и розничная торговля, прием изделий на комиссию, кредитование под залог ювелирных изделий.

Возросший спрос на дорогие высококачественные ювелирные украшения привел к росту числа магазинов, специализирующихся на продаже известных европейских ювелирных и часовых марок (Carrera, Giorgio Visconti, Magerit, Raima, Sidra, Van Der Bauwede и др.).

Основной составляющей цены ювелирных изделий в России является стоимость драгоценного металла и ювелирных вставок (камней), если они имеются. Для золотых ювелирных украшений без вставок стоимость потребленного сырья составляет 45–80% отпускной цены изделия. Это плохой показатель с точки зрения эффективности отрасли. Он свидетельствует о том, что доля добавленной стоимости в ювелирной продукции в России ниже, чем за рубежом. В США, Японии, Западной Европе этот показатель составляет лишь около 33% [96].

Что касается ключевых тенденций российского рынка ювелирных изделий, то в условиях нестабильной ситуации, вызванной постоянным ростом цен на сырье и нестабильного спроса на ювелирные изделия в целом, компании стремятся сохранить высокий уровень спроса именно на свою продукцию. При этом они могут применять разные маркетинговые стратегии: ценовые войны (демпинг), расширение ассортимента, создание торговых сетей заводами-производителями, применение «давальческих» схем импорта-экспорта, увеличение рекламной активности.

Продукция российских ювелиров востребована как на внутреннем, так и на внешних рынках. Экспорт российских ювелирных изделий ориентирован преимущественно на страны СНГ и ближнего зарубежья. Из стран дальнего зарубежья основными экспортёрами являются Германия, Швейцария, Польша и США. По стоимостным оценкам экспортируемых

изделий из золота и платины, основная доля приходится на Швейцарию (60%). На долю Казахстана, Украины, Молдавии и других стран СНГ и ближнего зарубежья приходится 30%.

В последние годы наблюдается увеличение объема импортной ювелирной продукции на российском рынке. В последние 8 лет на российском внутреннем рынке доля только легального импорта ювелирных изделий из золота увеличилась в 15,6 раза, а из серебра – в 3,1 раз. В натуральном выражении (тоннах) легальный импорт в Россию ювелирных изделий по данным Пробирной палаты по золоту вырос в 57 раз, а по серебру – в 19 раз [96].

По стоимостным оценкам импортируемых изделий из золота, основная доля приходится на Великобританию (29%), Швейцарию (28%) и Италию (15%). На долю Турции, Франции, Гонконга, Таиланда и Германии приходится 11 %, 5%, 4%, 2% и 2% соответственно. При этом, происходят изменения в самой структуре импорта. Еще 5 лет назад основная доля импортируемых ювелирных украшений принадлежала производителям, работающим в высоком ценовом сегменте и классе «премиум».

В настоящее время основной поток импортных изделий стал составлять прямую конкуренцию отечественной ювелирной продукции в ценовом сегменте «масс-маркет». В структуре импорта наибольшую долю занимают ювелирные украшения из серебра (87%), на долю ювелирных изделий из золота приходится 13% от общего объема импорта.

На внутреннем рынке ювелирных изделий наблюдается изменение характера потребления: растет спрос на высококачественные и высокохудожественные украшения, увеличивается число продаж дорогостоящих и уникальных изделий. Вопрос цены уступает место качеству. Однако спрос на подобные изделия удовлетворяется не полностью, нарастает объем операций на вторичном ювелирном рынке (комиссионная торговля, ломбард, скупка). Одним из признаков насыщения

внутреннего рынка является интенсивный рост числа предприятий ювелирной розничной торговли, торгующих отечественной продукцией.

Российская ювелирная продукция все еще проигрывает иностранной по соотношению «цена–качество», что во многом объясняется отставанием России в техническом отношении, а также нехваткой кадров необходимой квалификации (как правило, дизайнеров).

Сказываются и неравные условия конкуренции между российскими и зарубежными ювелирными компаниями. В частности, российские ювелиры приобретают драгоценные металлы с уплатой НДС в момент покупки. Это, в свою очередь, отвлекает на приобретение металлов значительные оборотные средства, которые возвращаются предприятиям лишь после реализации продукции, то есть в среднем через 6 месяцев. Но поскольку практически все предприятия имеют дефицит оборотных средств, они вынуждены брать кредиты и нести дополнительные расходы на оплату процентов по кредитам [96].

При реализации готовой продукции для российских предприятий НДС составляет 20%, для иностранных – 15%. Как следствие, российские ювелирные изделия становятся более дорогими. Например, по оценкам экспертов, российские изделия в среднем в 1,5–2 раза дороже, чем итальянские. Отсюда наблюдается снижение потребительского спроса на российские изделия. Свободную нишу на российском ювелирном рынке занимают более дешевые изделия иностранного производства как легальные, так и контрабандные.

В структуре российского рынка ювелирных изделий можно выделить следующие основные ценовые сегменты:

- нижний (до \$150);
- средний нижний (\$150–250);
- средний высокий (\$250–500);
- высокий (\$500–1000);
- «премиум» (более \$1000).

По оценкам экспертов, 90% объема продаж приходится на нижний и средний ценовые сегменты.

Сеть «Яшма-Золото» является абсолютным лидером в нижнем ценовом сегменте, здесь же присутствуют «Ювелирная сеть 585», «Золотой кулон». Средний чек на данном рынке составляет порядка 3–5 тыс. руб., однако цены значительно варьируются по зональному и географическому принципу. Например, в спальных районах Москвы средний чек магазинов составляет 4–6 тыс. руб. В центре, возле метро «Кузнецкий мост» или «Кутузовская», стоимость покупки может достигать 15 тыс. руб. и даже 60 тыс. руб.

Средний сегмент наиболее емкий и наиболее конкурентоспособный. Целевой аудиторией являются люди со средним уровнем дохода. Социальный и возрастной портрет покупателей в среднем ценовом сегменте по результатам опроса, проведенного РИА «РосЮвелирЭксперт» в 2009 году, выглядит следующим образом: 73% – люди со стабильным уровнем дохода, средним и выше среднего, в возрасте от 20 до 50 лет; 64,6% составляют женщины и 35,4% – мужчины. В данном сегменте присутствуют «Алтын», «Русские Самоцветы».

Преобладающую аудиторию покупателей в высоком ценовом сегменте составляют женщины в возрасте 40–50 лет и мужчины 30–40 лет. В основном это руководители среднего и высшего звена, владельцы собственного бизнеса [98].

Высокий сегмент обеспечивают сети «Алмаз-холдинг» и «Адамас». «Центр Ювелир» также постепенно переходит в высший класс и занимает там прочные позиции. В сегменте «премиум» работают LOUVRE, «Консул», «Космос Золото», Mercury, «Маска». Стоимость изделий, продаваемых эксклюзивно, составляет \$10000–100000. Как правило, это известные итальянские бренды Stefan Hafner, Cantamessa, Piero Milano, Ponte Vecchio Gioielli, La Nouvelle Bague и др.

Разброс цен на качественные украшения, импортируемые из западных стран, довольно широк, поскольку чаще всего они устанавливаются нецивилизованным путем, например увеличением ее в среднем в 2 раза. В то же время часть украшений продается в 2 раза дешевле, но в совершенно неприспособленных для продажи местах. В результате многие потенциальные покупатели, боясь переплатить, едут покупать ювелирные изделия за рубеж, где надеются найти изделия модного оригинального дизайна, совершить покупку в цивилизованных условиях и одновременно сэкономить.

Финансово-экономический кризис оказал специфическое влияние на потребительскую активность в ювелирной отрасли. С одной стороны, ювелирная продукция не является предметом первой необходимости и снижение спроса очевидно. С другой стороны, растет число людей, считающих вложения в ювелирные изделия эффективным вариантом накоплений. В конце 2008 года наблюдался рост продаж на 30–40% по сравнению с аналогичными периодами предыдущих лет. Такая активность покупателей была связана с психологическим фактором и кампанией в СМИ, пропагандировавшей инвестиции в драгоценные металлы и камни. Однако специалисты отмечают, что наиболее верным с точки зрения инвестиций является покупка не любых украшений, а изделий класса «премиум», например, «инвестиционных камней» – крупных бриллиантов без оправы.

Многие ювелирные магазины, сосредоточенные на среднем ценовом сегменте, выдают постоянным покупателям дисконтную карту. В последние годы правила выдачи карты значительно изменились. В настоящее время собственником карты может стать любой покупатель вне зависимости от суммы его покупки. Данный дисконт составляет, как правило, 10–15%, процент увеличивается на накопительной основе.

Сеть ювелирных магазинов, принадлежащая к высокому ценовому сегменту и сегменту «премиум», устанавливает нижнюю границу суммы

покупки, обеспечивающей членство в клубе. Члены клубов обычно обладают определенными привилегиями, но размер скидки в подобных магазинах значительно ниже – всего 3–5%.

Существует дисконтная система и для оптовых покупателей. Однако процент скидки здесь достигает максимум 5% при условии покупки товара на сумму, превышающую 3 млн руб.

На легальном ювелирном рынке России доля изделий без камней составляет около 50% от объема реализации, с бриллиантами – около 15 %, с другими драгоценными камнями – 5%, с цветными камнями – 30%. В магазинах, работающих в высоком ценовом сегменте, на изделия без камней приходится 15–20%, как и на изделия с бриллиантами, а на изделия с цветными камнями – около 60–70% [98].

Особенностью российского рынка ювелирных изделий является неудовлетворенность покупателя его ассортиментным наполнением: при видимом изобилии отсутствует должное разнообразие. Потребительский спрос реализуется в условиях сбытового давления производителей.

Ассортимент ювелирной продукции на 80% рассчитан на женщин. Единственной компанией, имеющей четкую специализацию на ювелирных изделиях для детей, является ювелирное предприятие «Садко» (г. Санкт-Петербург).

В настоящее время ассортимент ювелирной розницы должен быть более насыщенным не только в количественном, но и в качественном выражении. Многие потребители хотят приобретать изделия, которые могут подчеркнуть их индивидуальность.

Главным способом продвижения марки и увеличения объемов продаж (для розничных сетей, ориентированных на масс-маркет) остается агрессивная реклама в различных СМИ. Основными каналами для размещения рекламных роликов являются рейтинговые телеканалы, журналы, средства наружного размещения.

Таким образом, на сегодняшний день российские производители ювелирных изделий и розничные операторы ювелирного рынка отмечают ряд общих проблем, наличие которых пока не позволяет говорить о благоприятных условиях существования и развития российской ювелирной промышленности и торговли. На эффективное развитие отрасли в современных условиях оказывает давление ряд сдерживающих факторов, среди которых:

- более высокая себестоимость продукции российских производителей по сравнению с изделиями зарубежных производителей, вызванная действующими налогами, таможенными пошлинами и кредитными ставками;
- значительный рост вывоза драгоценных металлов и драгоценных камней для переработки в готовые ювелирные изделия вне территории России, в целях ухода от налогообложения (по да-вальческой схеме);
- высокая доля нелегального (теневого) рынка ювелирных изделий и драгоценных камней;
- недостаточная государственная поддержка организаций, занимающихся производством изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, и одновременно слабый государственный контроль над розничной реализацией ювелирных изделий;
- низкая заинтересованность со стороны государственных органов в расширении экспорта ювелирных и других изделий из драгоценных металлов, несовершенство механизма саморегулирования отрасли.

## **2.2. Анализ конкуренции ведущих компаний ювелирной промышленности**

Самыми крупными, старыми и лучшими ювелирными заводами в России являются: «Адамас». «Русские самоцветы», «Красносельский Ювелирпром», «Московский ювелирный завод». Указанные игроки ювелирной отрасли постоянно расширяют регионы своего присутствия с целью увеличения объема продаж.

Оборот розничной торговли ювелирными изделиями по данным бухгалтерской отчетности указанных компаний за 2015-2017 годы, представлен в табл. 2.1.

Таблица 2.1

Оборот розничной торговли ювелирными изделиями по данным бухгалтерской отчетности компаний – лидеров ювелирной промышленности России за 2015-2017 год, млн. руб.

Наименование компании	Годы			Темп роста (снижения), 2017 к 2015 гг. %
	2015	2016	2017	
«Адамас»	10,45	11,40	12,92	123,6
«Русские самоцветы»	4,35		8,56	196,8
«Красносельский Ювелирпром»	1,12	2,89	4,23	377,6
«Московский ювелирный завод»	2,11	3,86	5,89	279,14

Источник: [99]

По данным таблицы 2.1 можно сказать, что все лидеры ювелирной промышленности России на конец 2017 года имели рост оборота розничной торговли ювелирными изделиями. Наибольший рост отмечен в компании «Красносельский Ювелирпром» - рост произошел в 3,7 раза. Наименьший рост отмечен в компании «Адамас» - рост составил 23,6%. Однако компания «Адамас» в течение всего периода показывала наибольший объем оборота розничной торговли ювелирными изделиями, поэтому она имеет наиболее широкий охват рынка.

Данные таблицы 2.1 представим на рис. 2.1

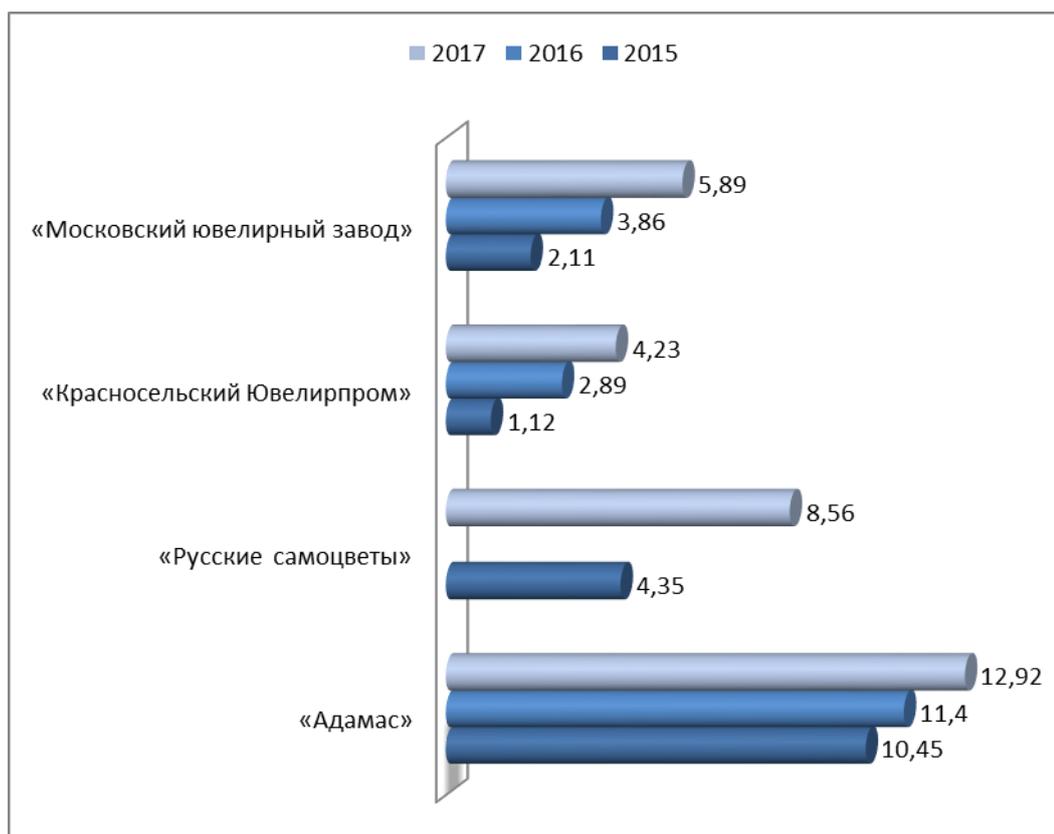


Рис. 2.1 Оборот розничной торговли ювелирными изделиями по данным бухгалтерской отчетности компаний – лидеров ювелирной промышленности России за 2015-2017 год, млн. руб.

Источник: [99]

Каждая из рассматриваемых компаний осуществляет постоянное расширение ассортимента производимых изделий. В таблице 2.2. проанализируем темп прироста новых изделий по каждому производителю (таблица 2.2).

Таблица 2.2

Анализ темпа прироста новых ювелирных изделий по каждому производителю за 2015-2017 г.г. (к общему объему наименований)

Наименование компании	Годы			Темп роста (снижения), 2017 к 2015 гг. %
	2015	2016	2017	
«Адамас»	1,13	2,76	2,1	185,8
«Русские самоцветы»	0,12	0,9	1,6	205,12
«Красносельский Ювелирпром»	0,5	0,82	1,2	240,0
«Московский ювелирный завод»	1,7	2,9	3,5	205,8

Источник: [99]

Данные показывают, что по обновлению ассортимента лидирующие позиции занимает компания «Красносельский Ювелирпром», здесь рост составил 240,0%. Наименьший прирост новинок отмечен по компании «Адамас» - он составил 185,8%. Данные таблицы 2.2ю. представим на рис. 2.2.

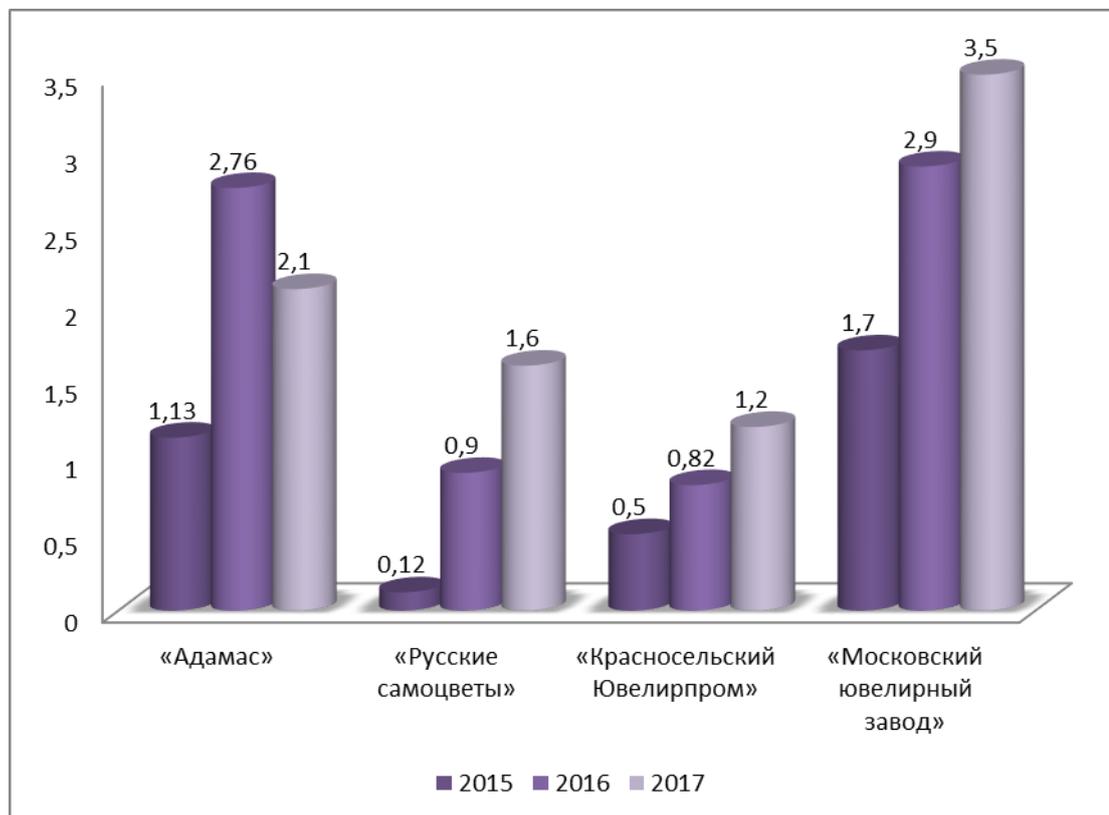


Рис. 2.2. Анализ темпа прироста новых ювелирных изделий по каждому производителю за 2015-2017 г.г. (к общему объему наименований)  
Источник: [99]

Каждая из компаний осуществляет экспортные поставки своей продукции.

Рассмотрим динамику экспорта продукции каждой из компаний (таблица 2.3).

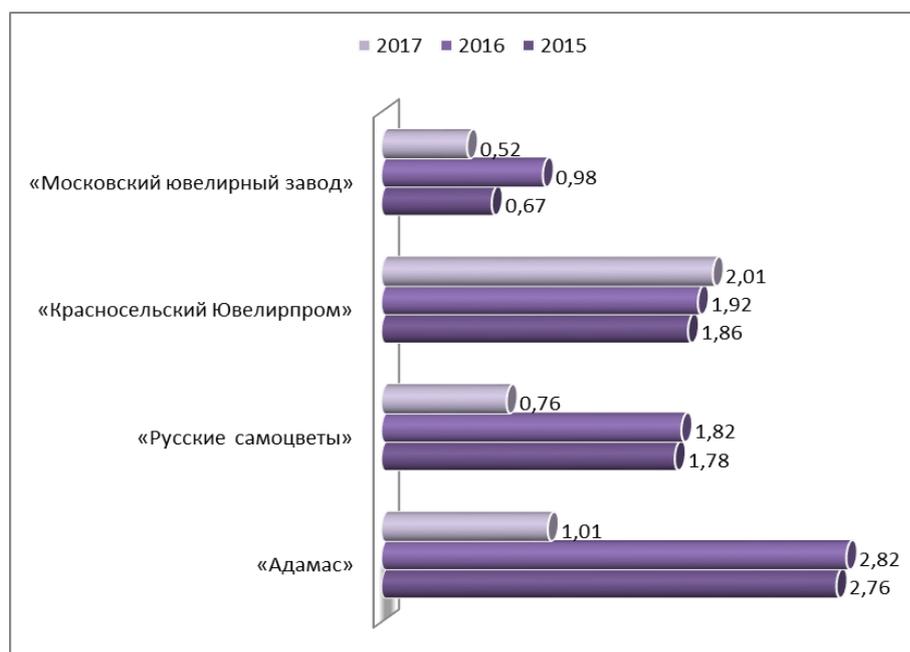
Таблица 2.3

**Динамика экспорта ювелирной продукции ведущими компаниями ювелирной промышленности России в 2015-2017 годах, млн долл США**

Наименование компании	Годы			Темп роста (снижения), 2017 к 2015 гг. %
	2015	2016	2017	
«Адамас»	2,76	2,82	1,01	36,5942
«Русские самоцветы»	1,78	1,82	0,76	42,6966
«Красносельский Ювелирпром»	1,86	1,92	2,01	108,0645
«Московский ювелирный завод»	0,67	0,98	0,52	77,6119

Источник: [99]

Мы видим, что три из четырех рассматриваемых компаний снизили объемы экспорта ювелирных изделий на конец 2017 года. Самое большое снижение отмечается по компании «Адамас» - оно составило до 36% к итогу. При этом, компания «Красносельский Ювелирпром» показал рост объема экспорта: он составил 8,06%. Данные таблицы 2,3 представлена на рис. 2.3.



**Рис. 2.3. Динамика экспорта ювелирной продукции ведущими компаниями ювелирной промышленности России в 2015-2017 годах, млн долл США**

Источник: [99]

Таким образом, можно заключить следующее. Несмотря на достаточно большие объемы производства и продажи ювелирных изделий, компания «Адамас» все же по всем параметрам уступает компании «Красносельский Ювелирпром», которая постоянно наращивает рассмотренные показатели. Соответственно, основным конкурентом крупных производителей, таких, как компания «Адамас», на ювелирном рынке России сегодня выступает компания «Красносельский Ювелирпром», которая в будущем может значительно увеличить объема продажи и производства за счет грамотного финансового планирования, правильной маркетинговой политики и расширения ассортимента изделий.

### 2.3. Внешняя торговля ювелирными изделиями российских компаний и выявление их внешнеэкономической зависимости от зарубежных партнеров

Проведем анализ внешней торговли ювелирных изделий российских компаний. На рис. 2.4. представлена динамика экспорта из России товаров сектора ДМДК в 2014-2016 г.г. (млн. долларов США) [41]

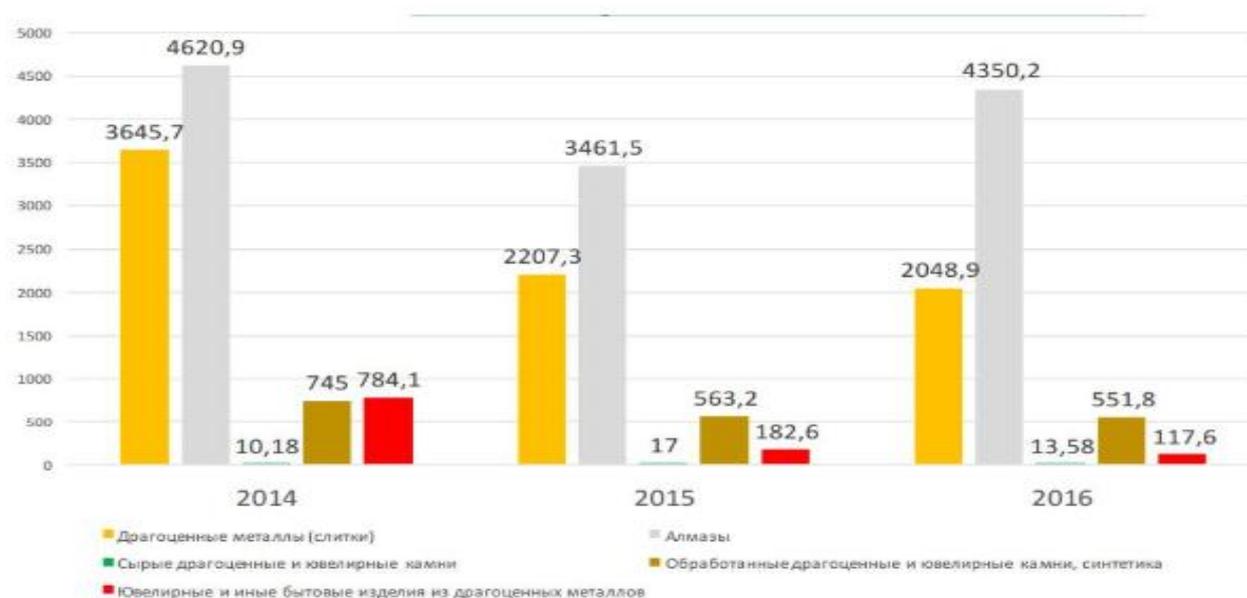


Рис. 2.4. Динамика экспорта из России товаров сектора ДМДК в 2014-2016 г.г. (млн. долларов США, данные ФТС России)

Источник: [98]

Согласно рис. 2.4, можно заключить, что в течение всего периода наибольший объем экспорта приходился на алмазы (4620,9 млрд руб в 2014 году и 4350,2 млрд руб. в 2016 году). Второе место занимал экспорт драгоценных металлов, на третьей позиции были обработанные драгоценные и ювелирные камни, синтетика. Однако в течение всего периода наблюдается снижение объема экспорта по всем направлениям. Это связано с общими тенденциями как мирового, так и российского ювелирного рынка.

В таблице 2.4 представлен экспорт ювелирных изделий из России, млн. долларов США в 2014-2017 г.г.

Таблица 2.4 [41]

## Экспорт ювелирных изделий из России, млн. долларов США

Показатель	2014	2015	2016	2017
Экспорт ювелирных изделий из золота (млн. долларов)	775,8	170,7	108,3	42,3
Экспорт ювелирных изделий из серебра (млн. долларов)	7,0	8,2	8,0	6,1
Экспорт иных изделий из ДМДК (млн. долларов)	1,3	3,8	1,3	0,9
Всего	784,1	182,7	117,6	49,3

Источник: [98]

По данным таблицы 2.4, экспорт ювелирных изделий из золота, в сравнении с 2014 годом, сократился почти в 20 раз – с 775,8 млн долл США до 42,3 млн долл США. По экспорту ювелирных изделий из серебра также отмечено сокращение с 7,0 млн долл до 6,1 долл США, соответственно, востребованность данных изделий, несмотря на кризис, все же высока. Также тенденция наблюдается и по экспорту иных изделий из ДМДК – сокращение произошло с 1,3 млн долл до 0,9 млн долл.

Соответственно, наибольшее падение экспорта отмечается по ювелирным изделиям из золота. Данные таблицы 2.4 представлены на рис.2.5.

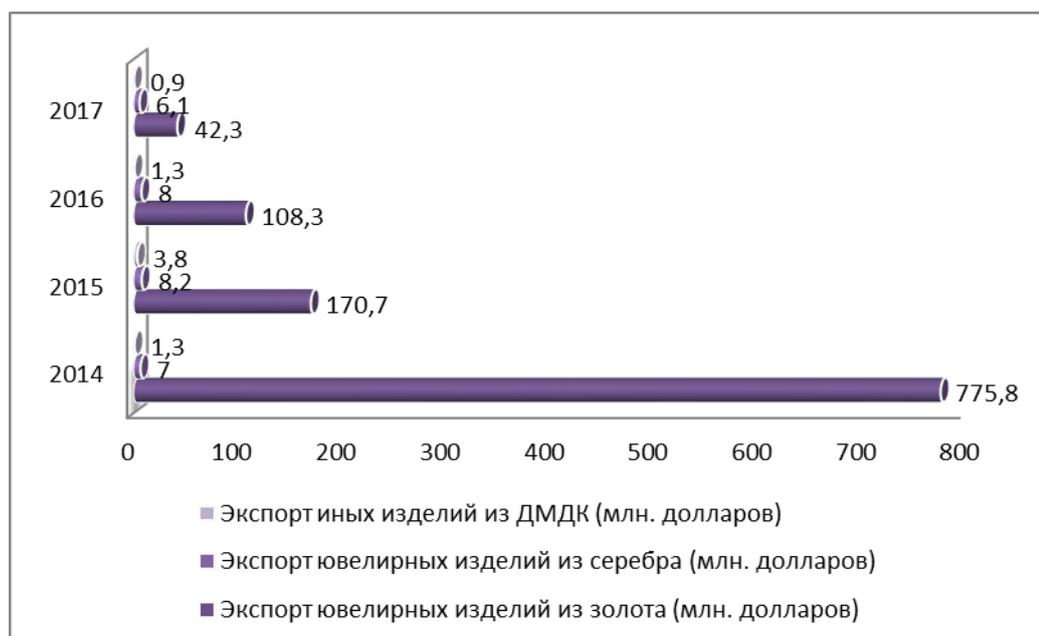


Рис. 2.5. Экспорт ювелирных изделий из России, млн. долларов США  
Источник: [98]

Данные по экспорту из России ювелирных изделий из золота, млн. долл. США представлены в таблице 2.5.

По данным таблицы 2.5, в течение анализируемого периода значительный объем экспорта ювелирных изделий из золота приходился на Беларусь: в 2015 году он составил 66,5 млн долл, на конец 2017 года объем снизился до 15,5 млн долл. Еще одна страна, куда экспорт был достаточно значительным, - это Казахстан: на начало периода экспорт составил 60,1 млн долл, на конец – 16,4 млн долл).

На начало периода более всего золотых ювелирных изделий экспортировалось в ОАЭ (489,9 млн долл), на конец периода объем экспорта в указанную страну составил 1,2 млн долл. Также значительно сократился экспорт золотых ювелирных изделий в Швейцарию (сокращение произошло с 146,4 млн долл до 0,1 млн долл).

Общее снижение экспорта рассматриваемого вида продукции произошло с 775,8 млн долл до 42,3 млн долл. Причиной стало также общее снижение продаж на мировом ювелирном рынке.

Таблица 2.5 [41]

Данные по экспорту из России ювелирных изделий из золота, млн. долл.  
США

	2014	2015	2016	2017 (1-3 кв.)
Беларусь	66,5	40,9	27	15,5
Германия	1,1	1,6	1,6	1,0
Казахстан	60,1	46,6	25,9	16,4
Латвия	3,0	0,9	1,5	0,8
Молдова	4,4	3,9	4,2	3,3
Украина	0,2	0	0	0
Эстония	1,2	0,6	0,7	0,5
Гонконг	0,7	2,1	0,9	0
Киргизия	0,5	0,3	1,0	1,4
ОАЭ	489,9	31,7	12,7	1,2
Австрия	0	0,9	0,7	0
Канада	0,3	0,1	0,2	0,2
Швейцария	146,4	35,6	25,7	0,1
Китай	0	0,1	0,2	0
Испания	0	0,3	0	0
Франция	0,1	0,2	1,2	0,8
Великобритания	0	0,8	0	0
Хорватия	0	0,4	0,1	0
Индия	0	0,1	0	0,1
Литва	0	0,1	0,7	0,6
Нидерланды	0,2	0,2	0,2	0,2
Туркмения	0,6	0,5	0	0
Турция	0	2,7	2,8	0
Кипр	0	0,1	0	0
Чехия	0,1	0	0	0,1
Италия	0,2	0	0	0
Таджикистан	0,1	0	0	0
США	0,2	0	0,1	0
Индия	0	0	0,9	0
ПРОЧИЕ	0	0	0	0,1
<b>ВСЕГО:</b>	<b>775,8</b>	<b>170,7</b>	<b>108,3</b>	<b>42,3</b>

Источник: [98]

На рис. 2.6-2.9 представлена структура экспорта золотых ювелирных изделий по годам [41].

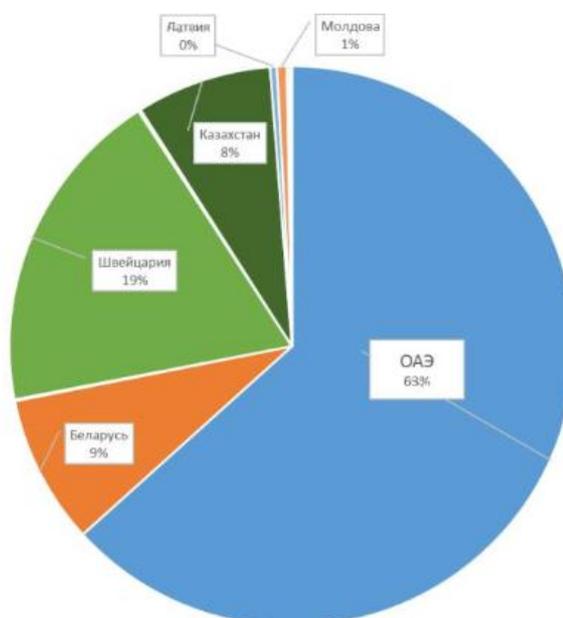


Рис. 2.6. Структура экспорта золотых ювелирных изделий из России по странам в 2014 г - \$775,8 млн.

Источник: [98]

Согласно рис. 2.6, можно сказать, что наибольший объем экспорта в 2014 году приходился на ОАЭ (68%), наименьший – на Молдову и Латвию (1% 0,1% соответственно).

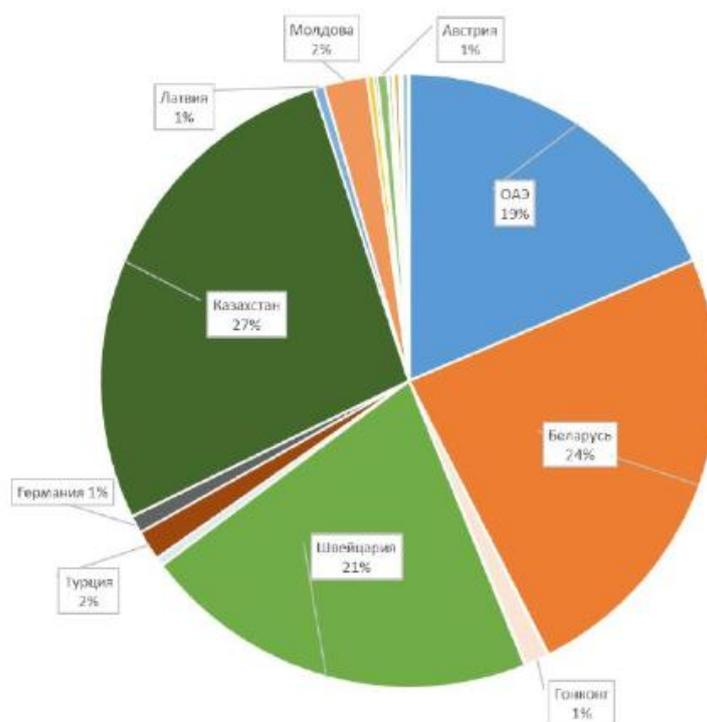


Рис. 2.7. Структура экспорта золотых ювелирных изделий из России по странам в 2015 г - \$170,7 млн.

Источник: [98]

В дальнейшем структура экспорта России меняется (рис. 2.7). В 2015 году Увеличивается количество поставок изделий в Беларусь (24%, Казахстан (27%), Швейцарию (21%)

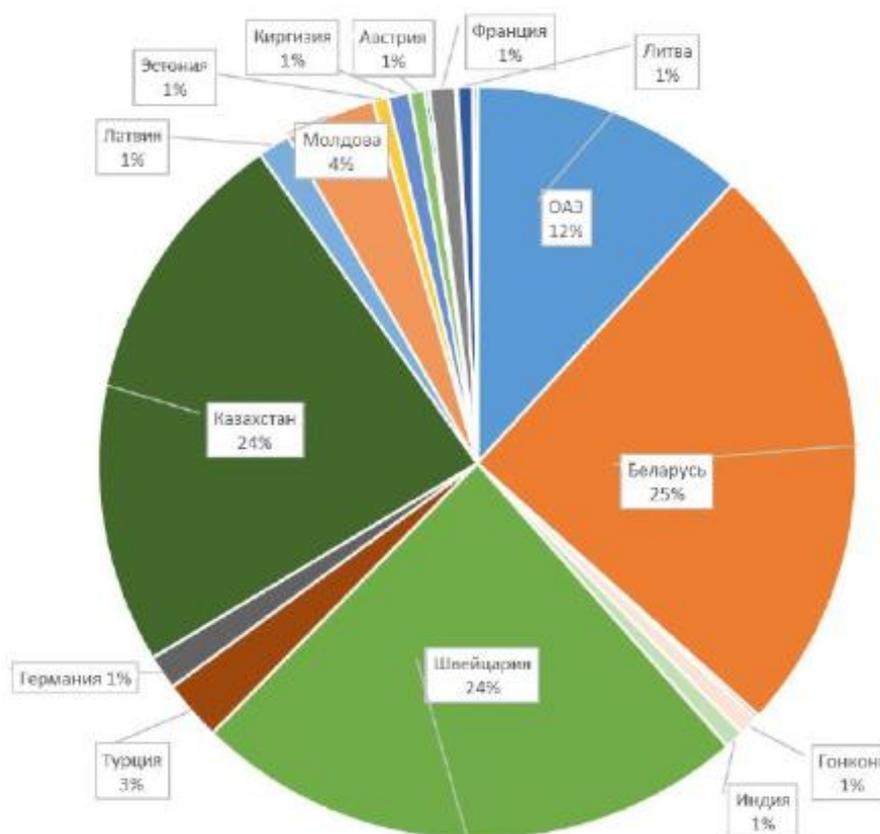


Рис. 2.8. Структура экспорта золотых ювелирных изделий из России по странам в 2016 г - \$108,3 млн.

Источник: [98]

В 2016 году основными странами, в которые направлен экспорт золотых ювелирных изделий из России, становятся Беларусь и Казахстан (рис. 2.9). Так, объем экспорта изделий в Беларусь составил 25% от общего объема, а в Казахстан – 24% от общего объема. По ОАЭ объем экспорта сократился до 12%, по другим странам - до 1-2%.

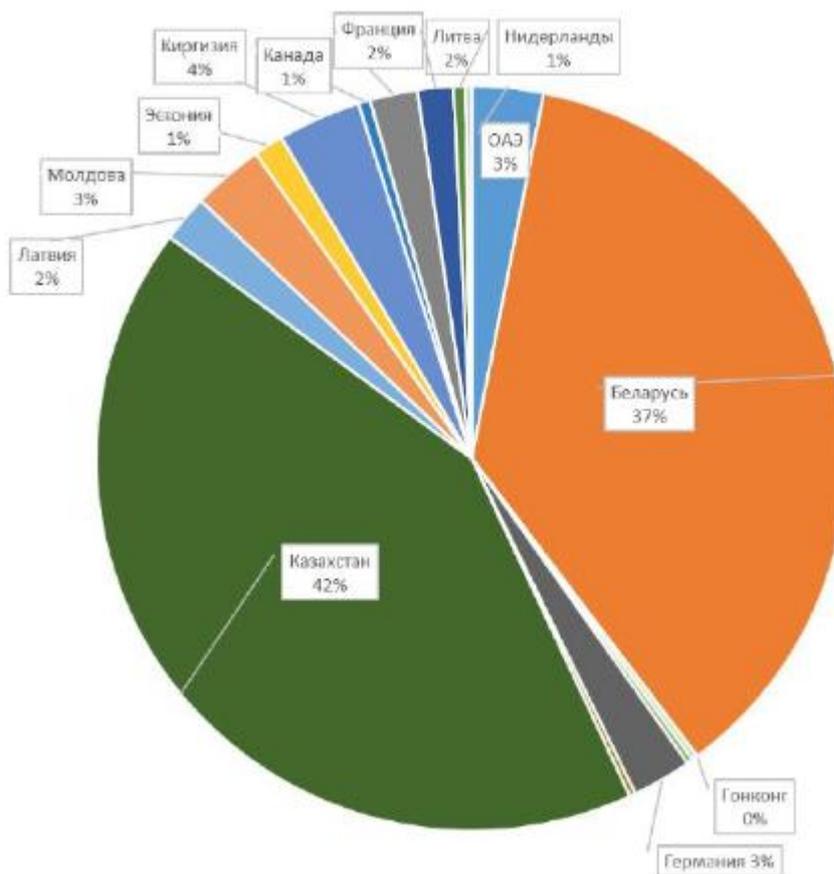


Рис. 2.9 Структура экспорта золотых ювелирных изделий из России по странам в 1-3 кв. 2017 г - \$39,0 млн.

Источник: [98]

В 2017 году указанная выше тенденция продолжилась (рис. 2.9): повысился объем экспорта по Беларуси и Казахстану до 37% и 42% соответственно, по ОАЭ сокращение произошло до 3%.

В табл. 2.6 представлены данные по экспорту из России ювелирных изделий из серебра, млн. долл. США

Таблица 2.6 [41]

Экспорт из России ювелирных изделий из серебра, млн. долл. США

Показатель	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5
Беларусь	4,09	3,9	3,5	2,3
Германия	0,2	0,2	0,1	0,2
Грузия	0	0,1	0,1	0
Казахстан	1,5	3,6	3,5	2,9
Латвия	0,4	0,1	0	0,1
Молдова	0,3	0,2	0,2	0,1
Украина	0,2	0,1	0,1	0
Эстония	0	0	0,2	0,2

Окончание табл. 2.6

1	2	3	4	5
Гонконг	0,1	0	0	0,2
Киргизия	0	0	0,1	0,1
Швейцария	0,3	0	0	0
Индия	0	0	0,1	0
Всего	7,0	8,2	8,0	6,1

Источник: [98]

По данным таблицы 2.6 можно сказать, что экспорт ювелирных изделий из серебра сократился незначительно: с 7,1 млн долл до 6,1 млн долл. Самый крупный объем экспорта отмечен в Беларусь и Казахстан – 2,3 и 2,8 млн долл соответственно. При этом, ряд стран на конец 2017 года вообще отказались от экспорта ювелирных изделий из серебра: это Грузия, Украина, Швейцария, Индия. Однако, в сравнении с экспортом золотых ювелирных изделий рассматриваемый рынок сократился не так критично.

Одной из проблем российской ювелирной промышленности является зависимость от зарубежных поставщиков. Известно, что в настоящее время при ввозе ювелирных вставок в Армению применяется нулевая ввозная пошлина. При ввозе ювелирных вставок в Казахстан – пониженная пошлина. В то же время, при ввозе ювелирных вставок в Россию и Беларусь размер пошлины составляет от 10 до 15 процентов. Таким образом, российские ювелиры оказываются в ущербном положении по отношению к коллегам из ряда других стран ЕАЭС.

Ювелирные вставки представляют собой сырье для ювелирных производств, создающих еще большую добавочную стоимость этим товарам (в составе ювелирных изделий). Их цена критична для ювелиров – завышенная стоимость вставок снижает конкурентоспособность российских ювелирных изделий на мировом рынке.

Однако сегодня ювелиры вынуждены приобретать вставки, невзирая на каналы их поставок — легальная часть рынка ювелирных вставок десятилетиями составляет малую долю от общего их потока. Таким образом, основная задача состоит в том, чтобы, не создав дефицит ювелирных вставок

для российских производителей, «вывести из тени» их рынок в масштабах всего ЕАЭС.

Ввозная таможенная пошлина на сырьё и комплектующие для производства готовой продукции (ювелирных изделий) сегодня превышает размер ввозной пошлины на ввозимые готовые ювелирные изделия. Этот фактор способствует развитию импорта ювелирных изделий, а не развитию отечественного производства. Соответственно, необходимо пересмотреть ввозные пошлины на все виды ювелирных вставок (из драгоценных, полудрагоценных и синтетических камней), это позволит оптимизировать стоимость ювелирных изделий и повысит их конкурентоспособность

## **ГЛАВА 3. НАПРАВЛЕНИЯ АДАПТАЦИИ РОССИЙСКИХ ЮВЕЛИРНЫХ КОМПАНИЙ К ИЗМЕНЯЮЩЕЙСЯ РЫНОЧНОЙ КОНЪЮНКТУРЕ**

### **3.1 Основные проблемы современного рынка ювелирных изделий на современном этапе**

За 2017 год было произведено более 50 тонн ювелирных изделий из золота и 150 тонн ювелирных изделий из серебра.

Объем розничных продаж в 2017 году составил 224 млрд. руб.

Однако, эти результаты значительно хуже пикового значения 2007-2013 годов. В указанный период производилось до 118 тонн ювелирных изделий из золота и до 190 тонн ювелирных изделий из серебра.

К сожалению, спрос на ювелирные изделия снизился, так как стоимость сырья для производства ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней в рублевом выражении выросла в два раза, а покупательская способность населения упала.

В настоящее время ювелирная отрасль пребывает в депрессивном состоянии: объемы продаж и объемы производства снижаются, предприятия отягощены грузом финансовых проблем. Большинство предприятий работают с нулевой, а зачастую, и с отрицательной рентабельностью. Вынужденной мерой становится сокращение рабочих мест, также сокращается количество субъектов предпринимательской деятельности. Только за второе полугодие 2018 года количество субъектов предпринимательской деятельности в отрасли снизилось на 6%, а в целом за 2018 год на 10%.

На сегодняшний день имеют место следующие проблемы ювелирного рынка России.

1. В отношении производства и оборота ювелирных изделий ЕАЭС пока не является единым экономическим пространством. Условия производства и

оборота ювелирных изделий в государствах-членах ЕАЭС существенно различаются.

Одно из важнейших отличий – различные подходы к законодательству в сфере противодействия отмыванию (легализации) незаконно полученных средств.

Так, в Республике Армения (лучшая практика) ювелирные изделия вообще не входят в сферу данного закона. При этом в других государствах ЕАЭС затратные для бизнеса требования по противодействию отмыванию (легализации) незаконно полученных средств — касаются и оборота ювелирных изделий.

Российское законодательство по противодействию отмыванию (легализации) незаконно полученных средств наиболее строгое на пространстве ЕАЭС и существенно более жесткое, чем предусмотрено международными требованиями ФАТФ (таблица 3.1):

Таблица 3.1

Выполнение требований в сфере противодействия отмыванию  
незаконно полученных средств

Государство	Признание ювелирных изделий субъектом законодательства в сфере противодействия отмыванию (легализации) незаконно полученных средств	Контроль за безналичным оборотом ДМДК и ювелирных изделий	Порог начала идентификации клиента при наличном обороте ДМДК и ювелирных изделий, US\$	Порог начала идентификации клиента при безналичном обороте, US\$
Россия	Да	Да	ок. 700	ок. 1.750
Беларусь	Нет	Нет	ок. 11.200	Нет**
Казахстан	Да	Да	ок. 9.600	ок. 9.600*
Армения	Нет	Нет	ок. 7.500	Нет
Киргизия	Да**	Нет	ок. 700 **	Нет
Требования ФАТФ	Да **	Нет	15.000 **	Нет

Источник: [98]

\* возможно, при безналичном обороте порог идентификации клиента вдвое выше (\$19.200), вопрос требует юридического уточнения.

\*\* обязательное применение риск-ориентированного подхода.

Объём обязательных для исполнения требований в части законодательства по противодействию отмыванию доходов для участников Российского рынка установлен гораздо выше уровня требований, рекомендованного международной организацией ФАТФ. Это приводит к необоснованному увеличению издержек на их администрирование.

Затраты отечественного ювелирного бизнеса на обслуживание избыточных требований российского законодательства по противодействию отмыванию (легализации) незаконно полученных средств делают российские ювелирные изделия менее конкурентоспособными в части цены по отношению к продукции зарубежных коллег (в том числе и коллег из ЕАЭС).

2. Согласно Федеральному закону от 26.03.1998 N 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» аффинаж драгоценных металлов могут осуществлять только те организации, что были утверждены Правительством Российской Федерации в соответствующем перечне.

Аффинаж небольших партий лома для них является экономически нецелесообразным. В результате ювелирные предприятия вынуждены обращаться к посредническим организациям. Как правило, эти посредники осуществляют сбор лома в объемах, удовлетворяющих аффинажные предприятия, и реализуют аффинированный драгметалл небольшими партиями, что увеличивает себестоимость продукции.

Вместе с тем, ювелирные предприятия обладают необходимым оборудованием и условиями для самостоятельного аффинажа драгметаллов, но лишены права на данный вид деятельности в соответствии с законом.

Действующее регулирование носит не рыночный характер. Ведение лицензирования на деятельность по аффинажу драгоценных металлов позволит ювелирным предприятиям самостоятельно производить переработку лома драгоценных металлов в необходимых количествах. Кроме

того, это позволит избежать дополнительных затрат, возникающих при участии посредников.

3. В настоящее время в РФ не облагаются НДС операции по реализации руды и лома драгметаллов для аффинажа, реализация драгметаллов Госфонду РФ и банкам, реализация их из Госфонда РФ, реализация их банками внешнеторговым организациям, а также операции со слитками драгоценных металлов между банками. Обязанность по уплате НДС возникает при реализации драгметаллов производителям ювелирных и иных изделий из драгметаллов. Это увеличивает объем оборотных средств, необходимых для закупки материалов на производство ювелирных изделий. При установлении нулевой ставки НДС на приобретение слитков аффинированных драгоценных металлов производители смогут снизить сумму оборотных средства и сроки их возврата в производство, что благотворно скажется на объемах производства и экспорта, а при реализации изделий на внутреннем рынке сумма НДС будет полностью уплачена государству.

4. Согласно 41-ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», ювелирные изделия, поставляемые на экспорт, наравне с изделиями, поставляемыми на российский внутренний рынок, подлежат обязательному опробованию и клеймению.

Увеличение в 2017 г. государственных пошлин за опробование и клеймение ювелирных изделий в 2 раза, а за клеймение изделий со вставками в 4 раза, не имеет под собой экономического обоснования. При этом оно увеличивает расходы на производство изделий самого низкого ценового диапазона, востребованных на внутреннем рынке России. Метод производства изделий литья с камнем применяется как самый экономичный, а серебряные изделия стоят не дороже бижутерии из недрагоценных металлов.

Так как маржинальность ювелирного бизнеса базируется не на общей стоимости изделий, а лишь на добавленной стоимости, возникающей в ходе

производства ювелирных изделий из драгоценных металлов, то логично рассматривать долю стоимости затрат на госпошлину не в стоимости изделия в целом (такая доля действительно незначительна), а рассматривать долю затрат на госпошлину в добавленной стоимости, возникающей в ходе производства.

Сегодня (в зависимости от вида ювелирного изделия) эта доля составляет в среднем от 2,7% до 9,6% от себестоимости выполнения работ. До 2-х кратного повышения размера пошлин она составляла от 1,4% до 5,2%. Очевидно, что для ювелирного производства, чья общая рентабельность колеблется вокруг 8%, потери ощутимы. Это может привести к переложению дополнительных затрат на стоимость готовой продукции, снижая, тем самым, ее конкурентоспособность.

За пределами ЕАЭС пробирные клейма Российской Федерации не признаются нигде. Российские пробирные клейма не признаются даже в других странах ЕАЭС, из-за чего клеймение ювелирных изделий, поставляемых на экспорт, выглядит абсолютно бессмысленным, но затратным для производителей (что снижает их конкурентоспособность на мировом рынке). Нарращивание присутствия на зарубежных рынках требует от российских производителей большей гибкости. Необходимо ориентироваться на рынки стран-импортёров, на их требования к составу ювелирных сплавов, которые не всегда соответствуют российским пробам, удовлетворять требования зарубежных покупателей, воспринимающих российское клеймо как дефектный признак продукции. Также, необходимо соответствовать специфике зарубежного регулирования оборота ювелирных сплавов, как в каратных, так и в метрических пробах.

Более того, ряд потенциальных покупателей ювелирных изделий из дальнего зарубежья воспринимает российское пробирное клеймо:

- либо вмятиной, нарушающей эстетическое восприятие изделия;
- либо просто непонятными потребителю знаками (где используется не метрическая, а каратная система проб);

- либо вредным для коммерческих планов покупателя знаком страны происхождения изделия.

Каждая из этих причин может служить препятствием для заключения сделок по поставкам данной продукции.

5. В странах Евразийского экономического союза в настоящее время действуют отличные от российских правила контроля за оборотом драгоценных металлов и камней, а также порядок опробования и клеймения. В свете намечающегося взаимного признания пробирных клейм существует опасность появления на российском рынке контрабандной продукции, ввезенной через территорию стран-участниц Евразийского экономического союза. Эта продукция может не соответствовать заявленной пробе. Также, она может выдаваться за продукцию, произведенную на территории страны-участницы Евразийского экономического союза. При этом далеко не во всех государствах ЕАЭС есть обязательная государственная процедура клеймения изделий.

Вполне возможно и проникновение на отечественный рынок изделий с поддельными клеймами сопредельных государств. Содержание золота в таких изделиях может не соответствовать заявленному и подтвержденному оттиском клейма. Уголовное наказание за данные действия в некоторых государствах ЕАЭС отсутствует.

Взаимное признание пробирных клейм государств-членов ЕАЭС в условиях неравного уровня государственного контроля за оборотом ювелирных изделий сейчас преждевременно (поскольку несёт в себе риски увеличения нелегального ввоза ювелирных изделий).

6. В настоящее время при ввозе ювелирных вставок в Армению применяется нулевая ввозная пошлина. При ввозе ювелирных вставок в Казахстан – пониженная пошлина. В то же время, при ввозе ювелирных вставок в Россию и Беларусь размер пошлины составляет от 10 до 15 процентов. Таким образом, российские ювелиры оказываются в ущербном положении по отношению к коллегам из ряда других стран ЕАЭС.

Ювелирные вставки представляют собой сырье для ювелирных производств, создающих еще большую добавочную стоимость этим товарам (в составе ювелирных изделий). Их цена критична для ювелиров – завышенная стоимость вставок снижает конкурентоспособность российских ювелирных изделий на мировом рынке.

Однако сегодня ювелиры вынуждены приобретать вставки, невзирая на каналы их поставок — легальная часть рынка ювелирных вставок десятилетиями составляет малую долю от общего их потока. Таким образом, основная задача состоит в том, чтобы, не создав дефицит ювелирных вставок для российских производителей, «вывести из тени» их рынок в масштабах всего ЕАЭС.

Ввозная таможенная пошлина на сырье и комплектующие для производства готовой продукции (ювелирных изделий) сегодня превышает размер ввозной пошлины на ввозимые готовые ювелирные изделия. Этот фактор способствует развитию импорта ювелирных изделий, а не развитию отечественного производства.

7. Несовершенство нормативно-законодательной базы, устанавливающей требования к правилам дистанционной торговли, создает препятствия для развития интернет торговли и угрозу блокировки сайтов, через которые осуществляется продажа ювелирных изделий дистанционным способом.

В соответствии с Правилами продажи товаров дистанционным способом (утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2007 г. N 612) не допускается продажа дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации. Драгоценные металлы, драгоценные камни и изделия из них, в соответствии с Перечнем видов продукции и отходов производства, свободная реализация которых запрещена (утвержден Указом Президента Российской Федерации от 22

февраля 1992 года № 179) — относятся именно к товарам, свободная реализация которых запрещена.

Перевозка и доставка почтовых отправлений, содержащих драгоценные металлы и драгоценные камни, а также изделия из них в соответствии с Федеральным законом от 17.07.1999 N 176-ФЗ «О почтовой связи» осуществляются силами и средствами специальной связи федерального органа исполнительной власти, что значительно усложняет развитие интернет торговли. Развитие же интернет торговли за рубежом становится бесперспективным в результате невозможности быстрой доставки ювелирного изделия покупателю.

Снятие данных ограничений будет способствовать увеличению объемов рынка за счет реализации продукции дистанционным способом, как на внутреннем, так и на внешних рынках.

8. В настоящее время при экспорте ювелирных изделий необходимо проходить процедуры таможенного и государственного контроля. Процедуры проходят в две ступени с дублированием комплектов документов на экспортируемые изделия. При этом и тот, и другой контроль осуществляются структурами Министерства финансов.

Подготовка двух идентичных комплектов документов и их предоставление отнимает дополнительное время экспортера.

При возврате части партии ранее экспортированных ювелирных изделий (брак, нереализованный товар), таможенный контроль ссылается на невозможность идентифицировать товар как ранее экспортированный и отказывают в осуществлении таможенного режима «реимпорт». В результате возникает ситуация, когда экспортер вынужден ввозить свой товар в режиме «импорта» с уплатой таможенной пошлин, что неизбежно влечет дополнительные расходы экспортера.

9. В настоящее время Таможенный кодекс ЕАЭС и валютное законодательство не позволяют реализовывать без оформления контракта

поставки ювелирные изделия, экспонируемые на зарубежных выставках, в розницу, за наличный расчет.

Однако у зарубежных коллег таких проблем нет, и российские участники международных выставок оказываются в проигрышном положении.

Без реализации продукции розничному покупателю на зарубежных выставках невозможно провести квалифицированные маркетинговые исследования рынка, изучить покупательский спрос, равно как и покупательские предпочтения на потенциальном рынке, а также невозможно организовать кампанию по продвижению торговых марок под брендом «Сделано в России».

10. Экспорт ювелирных изделий из Российской Федерации в период с 2013 года по 2017 год упал в 8 раз: с 724 млн. долларов до 85 млн. В настоящий момент мы наблюдаем тенденцию к дальнейшему падению.

На этом фоне стоит отметить усиление международной конкуренции за размещение ювелирных производств на своей территории. Активную политику в этой области ведут Индия, Таиланд, а также некоторые члены ЕАЭС: Армения, Киргизия, Казахстан. В том числе из этих стран некоторые российские ювелирные предприятия получают приглашения переместить свои производственные мощности. При этом отечественная ювелирная отрасль продолжает обладать большим экспортным потенциалом. По нашим расчётам она способна расти на уровне 10% в год.

Для более эффективного использования бюджетных средств, направляемых на государственную поддержку экспорта ювелирной продукции, при разработке программ субсидирования необходимо сконцентрироваться на трех ведущих отраслевых выставках, которые проводятся в регионах, имеющих наименьшие экспортные барьеры и наибольшие перспективы реализации российских ювелирных изделий.

Также для эффективного продвижения российских товаров необходимо присутствие оптово-розничных структур на крупнейших рынках США, Европы и Азии, что невозможно без поддержки государства.

11. Тотальный контроль участников рынка, вне зависимости от вида деятельности и отсутствие перечня обязательных требований в сфере оборота ДМДК – не соответствуют экономическим реалиям рыночной экономики.

Это сдерживает развитие отрасли и вызывает неоправданные расходы государства и отраслевого бизнеса на администрирование их исполнения. Необходимо внедрение риск-ориентированного подхода с передачей части функций администрирования обязательных требований СРО. Саморегулируемые организации заинтересованы в развитии отрасли и соблюдении участниками рынка требований добросовестного ведения бизнеса. СРО, взяв на себя часть функций по контролю над отраслью (в том числе за стандартами на производимые и реализуемые изделия, которые в настоящее время не являются обязательными к применению) повысят прозрачность отрасли и уровень доверия потребителей, что будет способствовать увеличению объемов рынка.

Отраслевые стандарты, опирающиеся на международную практику и действующие нормативные акты стран ЕАЭС, желательно распространить на все пространство ЕАЭС. Для этого необходимо их признание большинством участников ювелирного рынка стран ЕАЭС. Взаимодействие общественных организаций и СРО с участниками рынка, в том числе международное взаимодействие, может быть более плодотворным, нежели аналогичное взаимодействие на государственном уровне.

Также, это снизит расходы отрасли и государства по администрированию контроля за оборотом драгоценных металлов и камней.

12. Одной из важнейших задач для развития внутреннего рынка является повышение доверия потребителей. Укрепление доверия потребителей к ювелирной промышленности возможно только посредством

надлежащего раскрытия полной и достоверной информации. В правилах продажи отдельных видов товаров отсутствует требование указания на бирках страны происхождения ювелирных изделий и полного раскрытия информации о вставках из недорогих камней. Такое требование установлено только для драгоценных камней. Получение покупателем не полной, а иногда и недостоверной информации снижает доверие потребителей к продукции.

13. Значительной проблемой для многих предприятий стало массовое предъявление претензий со стороны налоговой службы. Главное основание предъявления претензий – наличие недобросовестных контрагентов в цепочке поставщиков сырья (драгоценных металлов и драгоценных камней). Однако, большинство предприятий, получивших претензии от налоговых органов, не только не имели умысла на уклонение от уплаты налогов, но и не имели возможности проверить всех контрагентов в цепочке поставщиков. Эта проблема характерна для всех отраслей экономики, но особую актуальность она имеет для ювелирной отрасли, так как стоимость исходного сырья (драгоценных металлов и драгоценных камней) в 5 раз превышает размер полученной добавленной стоимости. Соответственно, и размер для начислений превышает сумму доходов от предпринимательской деятельности в сфере производства ювелирных изделий.

Размер предъявляемых претензий в виде доначисленных налогов и штрафов зачастую превосходит финансовые возможности компаний по их урегулированию, с учётом сегодняшней конъюнктуры рынка. Сложившаяся ситуация будет способствовать массовому банкротству предприятий отрасли. Также, существует проблема выхода ювелирных предприятий из «теневой зоны». Этот процесс сдерживается из-за наличия угрозы предъявления налоговых претензий за предшествующий период. Проверка надёжности контрагентов по всей цепочке — это проблема, требующая законодательного решения, которое позволит снять риск выбора недобросовестного контрагента-поставщика драгоценных металлов. Кроме того, требуется

принятие решения о проведении реструктуризации задолженности по налогам, штрафам, пеням, а в лучшем варианте – проведение амнистии по налоговому периоду, предшествующему году.

Таким образом, к факторам, сдерживающим развитие ювелирной отрасли России, необходимо отнести:

– неконкурентоспособность российских ювелирных предприятий из-за более высокой себестоимости их продукции, по сравнению с изделиями зарубежных производителей, вызванная действующими налогами, таможенными пошлинами, кредитными ставками и устаревшими требованиями нормативных документов;

- недостаточную защиту ювелирного рынка страны от незаконного импорта, который составляет более 40% годового объема розничных продаж;

- законодательство, регулирующее функционирование ювелирной отрасли в России не соответствует законодательству ведущих стран-изготовителей ювелирных изделий, отдельные статьи Федерального закона «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», Уголовного Кодекса РФ и других нормативных актов, ущемляют права собственника, увеличивают себестоимость выпускаемой продукции и не соответствуют принципам рыночной экономики;

- избыточное государственное регулирование организаций, занимающихся производством и торговлей ювелирными и другими бытовыми изделиями из драгоценных металлов;

- недостаточно современный технологический уровень многих ювелирных производств, не позволяющий внедрять в производство новые сложные дизайн-модели украшений;

- высокий уровень общего износа основных промышленно-производственных фондов;

- отсутствие системы профессиональной подготовки кадров по рабочим специальностям для ювелирной промышленности;

- недостаточно высокая производительность труда на большинстве предприятий, что ухудшает конкурентоспособность изделий в различных ценовых сегментах;
- кадровый «голод» относительно крупных промышленных предприятий из-за оттока ювелиров в малый бизнес;
- отсутствие в России в промышленных количествах ювелирных камней, необходимость их закупки по импорту;
- экономическая незаинтересованность предприятий в расширении экспорта ювелирных и других изделий из драгоценных металлов из-за действующей системы возврата НДС;
- практически не развиты механизмы саморегулирования;
- недостаточная известность российских торговых марок (брендов) на российском и мировом рынках.

Соответственно, необходимо реализовать ряд мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности ювелирной отрасли Российской Федерации на основе оптимизации ресурсного и инфраструктурного обеспечения.

### **3.2. Пути повышения конкурентоспособности ювелирной отрасли Российской Федерации на основе оптимизации ресурсного и инфраструктурного обеспечения**

Указанные выше проблемы оказывают достаточно негативное влияние на развитие ювелирной отрасли России. С целью повышения эффективности деятельности субъектов данной отрасли необходимо:

1. Скорректировать российское законодательство в отношении правил оборота ювелирных изделий в сфере противодействия отмыванию (легализации) незаконно полученных средств, приведя его в соответствие с текущими международными требованиями ФАТФ и интересами развития сектора драгоценных металлов и драгоценных камней. В частности, необходимо:

- отменить требование идентификации покупателей, приобретающих ювелирные изделия посредством безналичной оплаты (с помощью банковской карты);

- вывести производство и оборот ювелирных изделий из серебра из-под юрисдикции законодательства в сфере противодействия отмыванию (легализации) незаконно полученных средств;

- отменить требование идентификации клиента при проведении сделок с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, совершающими операции с ДМДК, и состоящими на специальном учете ФКУ «Российская государственная пробирная палата при Министерстве финансов Российской Федерации».

2. Необходима замена действующего административного порядка установления перечня аффинажных предприятий на лицензирование данного вида деятельности, а также установление нулевой ставки НДС на приобретение слитков аффинированных драгоценных металлов.

3. Также требуется поэтапное изменение порядка обязательного клеймения ювелирных изделий, в рамках которого необходимо:

- снизить размер государственной пошлины на опробование и клеймение и отменить повышающий коэффициент за опробование и клеймение изделий со вставками;

- поднять порог для обязательного клеймения ювелирных и иных бытовых изделий из серебра с 3 гр. до 100 гр., разрешив их клеймение в добровольном порядке;

- отменить режим обязательного клеймения ювелирных изделий из золота весом до 3,0 гр., если данные изделия предназначены для экспорта, а также сменить впоследствии порядок клеймения экспортных ювелирных изделий с обязательного — на добровольный;

- заменить режим обязательного клеймения ювелирных изделий на маркировку изделий — одновременно с вводом в эксплуатацию ИТ-контроля за оборотом (отслеживанием) ювелирных изделий. Замена пробирного

клейма специальной маркировкой позволит не только подтверждать содержание драгметалла в изделии, но и осуществлять контроль за оборотом.

4. Одним из направлений повышения работы ювелирной отрасли является взаимное признание пробирных клейм государств-членов Евразийского экономического союза только после принятия соглашения об унификации процедур государственного контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и государственного пробирного надзора всеми странами ЕАЭС. Также необходимо введение обязательной маркировки контрольно-идентификационными знаками ювелирных изделий, произведённых в России, или ввозимых на территорию России.

5. Считаем необходимым внесение изменений в законодательство с целью устранения ограничений для дистанционных способов продаж ювелирных изделий. Необходимо также разработать программу поддержки электронной торговли ювелирными изделиями на зарубежных рынках (включая субсидирование затрат на создание электронных торговых площадок и их продвижение в поисковиках).

6. Необходимо создать систему «одного окна» для предоставления единого комплекта документов для прохождения таможенного и государственного контроля, сформировать и обеспечить реализацию механизма идентификации ювелирных изделий при оформлении таможенного режима реимпорта и обеспечение права экспортеров производить реимпорт части партии без уплаты ввозных таможенных пошлин.

7. Сегодня необходима корректировка таможенного и валютного законодательств, позволяющая реализовывать ювелирные изделия, экспонируемые на зарубежных выставках, в розницу, за наличный расчет — без оформления контракта поставки.

Также нужно проводить формирование механизма выбора наиболее эффективных зарубежных выставок, операторов по организации коллективных национальных стендов, а также состава участников

коллективных национальных стендов — с учетом мнения отраслевых общественных организаций, разработать программы субсидирования части затрат по созданию оптово-розничных структур на рынках США, Европы и Азии.

8. Сегодня необходимо осуществить пересмотр контрольно-надзорных функций государства в сфере ДМДК на основе внедрения риск-ориентированного подхода, возложить на СРО части администрирования контроля за оборотом ювелирных изделий, установить требование обязательного указания на бирках ювелирных изделий страны происхождения ювелирных изделий, а также информации о природном или искусственном происхождении всех закреплённых камней.

9. Кроме того, необходимым является:

- законодательное установление критериев для проведения проверки контрагента на добросовестность;
- перенос обязанностей налогового агента по исчислению и уплате НДС с продавца на покупателя драгоценных металлов;
- разработка процедуры реструктуризации задолженности по налогам, штрафам и пеням;
- разработка порядка и условий проведения налоговой амнистии и установление критериев для определения перечня субъектов для неё.

Для повышения эффективности деятельности ювелирной отрасли и оптимизации ее ресурсного и инфраструктурного обеспечения необходима государственная поддержка продвижения ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов на мировые ювелирные рынки, которая включает:

- создание для российской ювелирной промышленности конкурентных условий, обеспечивающих возможность продвижения российской продукции на мировые ювелирные рынки;
- введение практики возврата НДС за поставленную на экспорт продукцию с момента его возникновения; гарантия отсутствия каких-либо

злоупотреблений обеспечивается обязательным таможенным оформлением продукции на специальном таможенном посту проверкой экспортируемой продукции государственным контролером;

- частичное финансирование из средств федерального бюджета участия российских ювелирных предприятий в ведущих мировых выставках;

- содействие зарубежных торговых представительств Российской Федерации в продвижении российской ювелирной продукции на местные рынки;

- снижение ставок по кредитам для производства продукции, отправляемой на экспорт;

- создание благоприятных условий для переработки на таможенной территории Российской Федерации ввезенных драгоценных металлов и ювелирных камней, принадлежащих иностранным собственникам, в ювелирные и другие бытовые изделия с последующим их вывозом по заказам собственника.

Одним из направлений вышеуказанной деятельности также должна стать защита внутреннего рынка, которая включает:

- сохранение действующей таможенной пошлины на ювелирные изделия в размере 20%;

- введение специального государственного клейма для клеймения импортных ювелирных изделий, отличного от применяемого для клеймения отечественных ювелирных изделий;

- установление порядка выпуска в свободное обращение импортных ювелирных изделий только после их опробования и клеймения специальным государственным пробирным клеймом;

- инициирование процедуры принятия международного акта республик, входящих в единый таможенный союз, предусматривающего действия национальных пробирных клейм этих республик на территории всего таможенного союза;

- ужесточение административной ответственности за нарушение правил торговли и неуказание страны производителя ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов;

- введение специфической таможенной ставки (фиксированный размер таможенного платежа вне зависимости от таможенной стоимости товара) на импортируемые ювелирные и другие бытовые изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней;

- инициирование процедуры принятия международного акта республик, входящих в таможенный союз, предусматривающего запрет на переработку вне таможенного союза драгоценных металлов в ювелирные и другие бытовые изделия или изделия, имеющие покрытие из драгоценных металлов.

С целью повышения эффективности деятельности ювелирной отрасли и оптимизации ее ресурсного и инфраструктурного обеспечения необходимо реализовать следующие формы и методы повышения конкурентоспособности ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов.

1. Приоритетное обеспечение конкурентоспособности ювелирной отрасли России:

- повышение производительности труда в отечественной ювелирной промышленности до уровня ювелирной промышленности в основных странах экспортерах ювелирных изделий;

- внедрение и повсеместное применение энергосберегающих технологий;

- внедрение передовых технологий моделирования и изготовления ювелирных изделий.

2. Создание равных условий для добросовестной конкуренции с импортными изделиями:

- отмена ввозных таможенных пошлин на ювелирные камни;

- организация производства бриллиантов мелких рассевов на территории Российской Федерации в регионах, имеющих избыточную рабочую силу;
- отмена ввозных таможенных пошлин на технологическое и лабораторное оборудование, ювелирные инструменты и расходные материалы, закупаемые по импорту для собственного производства ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов;
- отмена НДС при реализации драгоценных металлов в слитках;
- выведение из налогооблагаемой базы при расчете налога на прибыль средств, вложенных предпринимателем в развитие предприятия;
- введение ускоренной амортизации на производственное оборудование;
- финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по проблемам ювелирной отрасли за счет средств федерального бюджета.

3. Внедрение и широкое использование механизмов саморегулирования ювелирного рынка страны.

- создание системы гарантий, обеспечивающих доверие потребителей к ювелирным изделиям;
- разработка и внедрение соответствующих международным нормам отечественных стандартов, устанавливающих требования к ювелирным изделиям, вставкам и лигатурным сплавам;
- взаимодействие саморегулируемых организаций и государственной Пробирной Палаты РФ и ее территориальных инспекций в целях обеспечения доверия потребителей к российским ювелирным изделиям;
- добровольная аттестация ювелирных магазинов.

Также необходимо научно-техническое и кадровое обеспечение ювелирной промышленности:

- формирование в отрасли кадрового потенциала, отвечающего потребностям ее развития;

- совершенствование стандартизации и сертификации изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней;
- разработка национальных и отраслевых стандартов на ювелирные изделия и ювелирные вставки;
- создание системы профессиональной подготовки рабочих кадров для ювелирной промышленности.

Зарубежный опыт показывает, что развитие национальной ювелирной промышленности во многом определяется государственной политикой, направленной на создание благоприятных условий для осуществления инвестиционной деятельности, защиту внутреннего рынка, повышение конкурентоспособности отечественной продукции. Проведение активной государственной политики в области развития ювелирной отрасли предполагает осуществить следующие основные меры:

- изучение практики государственной поддержки ювелирной и гранильной промышленности в странах активно поддерживающих их развитие (Китай, Индия, Турция);
- создание условий и экономической заинтересованности в расширении экспортных поставок предприятиями ювелирных изделий на мировые рынки;
- повышение конкурентоспособности отечественных ювелирных изделий путем применения стандартов, отвечающих международным требованиям;
- усиление государственного контроля за импортируемыми ювелирными изделиями;
- применение механизмов тарифно-таможенного регулирования;
- противодействие незаконному ввозу ювелирных изделий;
- ужесточение административной ответственности за нарушение правил торговли ювелирными и другими бытовыми изделиями из драгоценных металлов: торговля изделиями без именников предприятия и государственных пробирных клейм, с фальшивыми государственными

клеймами, несоответствие характеристик драгоценным камням, заявленным в сопроводительной документации и др.;

-введение специального государственного клейма для клеймения импортных ювелирных изделий;

-установление порядка выпуска в свободное обращение импортных ювелирных изделий только после их опробования и клеймения специальным государственным пробирным клеймом.

Все вышеназванное будет способствовать повышению эффективности деятельности ювелирной отрасли России и оптимизации ее ресурсного и инфраструктурного обеспечения.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конкурентоспособность отрасли определяется наличием в ней технических, экономических и организационных условий для создания производства и сбыта (с издержками не выше интернациональных) продукции высокого качества, удовлетворяющей требованиям конкретных групп потребителей.

Конкурентоспособность ювелирной продукции определяется, с одной стороны, качеством товара, его техническим уровнем, потребительскими свойствами и, с другой - ценами, устанавливаемыми продавцами товаров и колебанием спроса. Кроме того, на конкурентоспособность ювелирной продукции влияют мода, реклама, имидж производителя и ситуация на рынке, а особо важное значение имеют их эстетические свойства. Эстетическими называются свойства ювелирных изделий выражать в чувственно воспринимаемых признаках формы свою общественную ценность. Эстетические свойства характеризуют соответствие ювелирного изделия эстетическим потребностям общества и человека.

На сегодняшний день российский ювелирный рынок, при некотором снижении темпов развития, все же продолжает активно развиваться. Надежным источником развития ювелирной промышленности нашего государства должны стать:

- рост экономики России в целом, по всем отраслям, и как следствие – повышение уровня жизни и подушевым доходам российских граждан;
- предопределяющий рост внутреннего потребления, обусловленный повышением качества и ассортимента отечественной ювелирной продукции, традиционной любовью россиян к ювелирным украшениям, ростом уровня доходов населения и особым доверием населения к российскому производителю;
- выход российского производителя на массовый экспорт ювелирных готовых украшений.

В условиях формирующегося в России свободного рынка товаров, поддержки предпринимательства государством, необходимо знать, что деятельность по производству и продаже ювелирных изделий находится на особом месте у законодателя. Для того, чтобы заниматься данным видом предпринимательской деятельности, необходимо исполнить ряд требований. Это касается, прежде всего, постановки на учет в соответствующих органах, которые осуществляют надзор за организациями ювелирного производства и торговли, контролируют их деятельность, а именно органы Пробирного надзора, Росфинмониторинга и прокуратуры. Законодатель в наше время создал максимально благоприятные условия для защиты интересов покупателей, стоит на контроле качества изделий посредством обязательного опробования всех изделий (кроме изделий из серебра весом до трех грамм), ввел обязанность производителя (продавца) ювелирных изделий указывать на бирках информацию о металле, вставках и др.

Нами был проведен анализ конкуренции ведущих компаний ювелирной промышленности, в рамках которого удалось выяснить, что, несмотря на достаточно большие объемы производства и продажи ювелирных изделий, компания «Адамас» все же по всем параметрам уступает компании «Красносельский Ювелирпром», которая постоянно наращивает рассмотренные показатели. Соответственно, основным конкурентом крупных производителей, таких, как компания «Адамас», на ювелирном рынке России сегодня выступает компания «Красносельский Ювелирпром», которая в будущем может значительно увеличить объема продажи и производства за счет грамотного финансового планирования, правильной маркетинговой политики и расширения ассортимента изделий.

На сегодняшний день российские производители ювелирных изделий и розничные операторы ювелирного рынка отмечают ряд общих проблем, наличие которых пока не позволяет говорить о благоприятных условиях существования и развития российской ювелирной промышленности и

торговли. На эффективное развитие отрасли в современных условиях оказывает давление ряд сдерживающих факторов, среди которых:

- более высокая себестоимость продукции российских производителей по сравнению с изделиями зарубежных производителей, вызванная действующими налогами, таможенными пошлинами и кредитными ставками;
- значительный рост вывоза драгоценных металлов и драгоценных камней для переработки в готовые ювелирные изделия вне территории России, в целях ухода от налогообложения (по давальческой схеме);
- высокая доля нелегального (теневого) рынка ювелирных изделий и драгоценных камней;
- недостаточная государственная поддержка организаций, занимающихся производством изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, и одновременно слабый государственный контроль над розничной реализацией ювелирных изделий;
- низкая заинтересованность со стороны государственных органов в расширении экспорта ювелирных и других изделий из драгоценных металлов, несовершенство механизма саморегулирования отрасли.

Указанные выше проблемы оказывают достаточно негативное влияние на развитие ювелирной отрасли России. С целью повышения эффективности деятельности субъектов данной отрасли необходимо:

1. Скорректировать российское законодательство в отношении правил оборота ювелирных изделий в сфере противодействия отмыванию (легализации) незаконно полученных средств, приведя его в соответствие с текущими международными требованиями ФАТФ и интересами развития сектора драгоценных металлов и драгоценных камней.

2. Необходимо заменить действующий административный порядок установления перечня аффинажных предприятий на лицензирование данного вида деятельности, а также установление нулевой ставки НДС на приобретение слитков аффинированных драгоценных металлов.

3. Требуется поэтапное изменение порядка обязательного клеймения ювелирных изделий.

4. Закрепление взаимного признания пробирных клейм государств-членов Евразийского экономического союза только после принятия соглашения об унификации процедур государственного контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и государственного пробирного надзора всеми странами ЕАЭС.

5. Внесение изменений в законодательство с целью устранения ограничений для дистанционных способов продаж ювелирных изделий.

6. Создание системы «одного окна» для предоставления единого комплекта документов для прохождения таможенного и государственного контроля.

7. Скорректировать таможенное и валютное законодательство, позволяющее реализовывать ювелирные изделия, экспонируемые на зарубежных выставках, в розницу, за наличный расчет — без оформления контракта поставки.

8. Осуществить пересмотр контрольно-надзорных функций государства в сфере ДМДК на основе внедрения риск-ориентированного подхода, возложить на СРО части администрирования контроля за оборотом ювелирных изделий, установить требование обязательного указания на бирках ювелирных изделий страны происхождения ювелирных изделий, а также информации о природном или искусственном происхождении всех закреплённых камней.

С целью повышения эффективности деятельности ювелирной отрасли и оптимизации ее ресурсного и инфраструктурного обеспечения необходимо реализовать следующие формы и методы повышения конкурентоспособности ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов.

1. Приоритетное обеспечение конкурентоспособности ювелирной отрасли России.

2.Создание равных условий для добросовестной конкуренции с импортными изделиями.

3.Внедрение и широкое использование механизмов саморегулирования ювелирного рынка страны.

Все вышеназванное будет способствовать повышению эффективности деятельности ювелирной отрасли России и оптимизации ее ресурсного и инфраструктурного обеспечения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О драгоценных металлах и драгоценных камнях [Текст]: федер. закон от 28 марта 1998 г. N 41-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1998. – № 13. – Ст. 1463.
2. О защите прав потребителей [Текст]: федер. закон от 7 февраля 1992 года № 2300-1 // Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации. – 1992 г. – № 15. – Ст. 766 371.
3. О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма [Текст]: федер. закон от 13.07.2001г. №115-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2001. – № 33 (Часть I). – Ст. 3418.
4. О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации[Текст]: Указ Президента РФ от 22.02.1992 N 179 // Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации. – 1992. – № 10. – Ст. 492.
5. О ведении специального учета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями [Текст]: Постановление Правительства РФ от 1 октября 2015 г. № 1052 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2015. – № 41 (часть III). – Ст. 5663.
6. О добыче и использовании драгоценных металлов и алмазов на территории Российской Федерации и усилении государственного контроля над их производством и потреблением[Текст]: Постановление Правительства РФ от 04.01.1992 N 10 //Собрании постановлений Правительства Российской Федерации. – 1992 г.. – № 6. – Ст. 29.
7. О порядке опробования и клеймения изделий из драгоценных металлов [Текст]: Постановление Правительства РФ от 18.06.99 №643 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1999. – № 27. – Ст. 3359

8. О Российской государственной пробирной палате [Текст]: Постановление Правительства Российской Федерации от 2 февраля 1998 г. № 106 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1998. – № 6. – Ст. 740.

9. Об опробовании, анализе и клеймении ювелирных и других изделий из драгоценных металлов [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 6 мая 2016 г. № 394 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

10. Об утверждении Положения о Государственном фонде драгоценных металлов и драгоценных камней Российской Федерации [Текст]: Постановление Правительства РФ от 27.02.2003 N 127 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2003. – № 9. – Ст. 866.

11. Об утверждении Порядка отнесения уникальных янтарных образований к драгоценным камням [Текст]: Постановление Правительства РФ от 5 января 1999 г. № 8 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1999. – № 2. – Ст. 310.

12. Об утверждении Порядка совершения операций с минеральным сырьем, содержащим драгоценные металлы до аффинажа [Текст]: Постановление Правительства РФ от 01.12.1998 N 1419 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1998. – № 49. – Ст. 6058.

13. Об утверждении правил продажи отдельных видов товаров , перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации [Текст]: Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 №55 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1998. – №4.– Ст.482.

14. Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом [Текст] : Постановление Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. №612 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2007. – №41. – Ст.4894.

15. Об отнесении изделий к ювелирным [Текст]: Письмо Минфина РФ от 6 августа 2003 г. № 23-02-04/752 // Учет. Налоги. Право. Официальные документы. – 2003. – № 31. – С. 372

16. О порядке отнесения изделий, содержащих драгоценные металлы, к ювелирным [Электронный ресурс]: Приказ Роскомдрагмета от 30 октября 1996 г. № 146 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

17. О пресечении правонарушений при дистанционном способе продажи товара [Электронный ресурс]: Письмо Роспотребнадзора от 08.04.2005 N 0100/2569-05-32 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».

18. ОСТ 117-3-002-95. Изделия ювелирные из драгоценных металлов. Общие технические условия [Текст]. – Введ. 1995–04–01. – М.: Изд-во стандартов, 2011. – 45 с.

19. Анн, Х., Багиев, Г.Л., Тарасевич, В.М. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Х. Анн, Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – СПб. : Питер, 2010. – 736 с.

20. Антипин, Ф.А. Ювелирный рынок России: современное состояние и тенденции развития / Ф.А. Антипин // Экология и безопасность жизнедеятельности: сб. статей XI Межд. науч.-практ. конф. / МНИЦ ПГСХА. – Пенза: РИО ПГСХА, 2011. – С. 3–6.

21. Айлова, Г.Н. Товароведение и экспертиза металлохозяйственных и ювелирных товаров [Текст]: учеб. пособие / Г.Н. Айлова - М.: ЮНИТИ, 2015. – 304 с.

22. Алмазова, О.Л., Дубоносов, Л.А. Золото и валюта: прошлое и настоящее [Текст]: учеб. пособие / О.Л. Алмазова, Л.А. Дубоносов –М.: Финансы и статистика, 2016. – 138с..

23. Аникин, А.В. Золото: международный экономический аспект [Текст]: учеб. пособие / А.В. Аникин. – М.: Междунар. отношения, 2015. – 285 с.
24. Архипов, В.Я. Мировой рынок золота и его перспективы [Текст]: учеб. пособие / В.Я. Архипов – М.: Финансы, 2007. – 71с.
25. Арутюнова, Д.В. Стратегический менеджмент [Текст]: учеб. пособие / Д.В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во: ТТИ ЮФУ, 2016 г. – 371 с.
26. Абрамов, В.Л. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / В.Л. Абрамов. – М.: Дашков и К, 2018. – 312 с.
27. Антохина, Ю.А. Мировая экономика и регионы: экономика Невского края и императорского Санкт-Петербурга. IX-начало XX вв [Текст]: учеб. пособие / Ю.А. Антохина, А.А. Оводенко, Е.Э. Платова. – СПб.: ГУАП, 2017. – 60 с.
28. Бабаев, Б.Д. Экономика [Текст]: учеб. пособие / Б.Д. Бабаев – Иваново: Ивановский государственный университет, 2016. – 339 с.
29. Бажанов, С.В. Современный рынок золота [Текст]: учеб. пособие - М.: Финансы и статистика, 2014. – 246 с.
30. Басов, А.И. Роль золота и других драгоценных металлов в составе золотовалютных резервов [Текст] / А.И Басов // Финансы и кредит. – 2016. – № 3.– С. 62.
31. Березин, И.С. Маркетинговый анализ: Принципы и практика, российский опыт [Текст]: учеб. пособие / И.С. Березин – М.: Изд-во Эксмо, 2016. – 400 с.
32. Воронина, Ю. Камушки-то непростые [Текст] / Ю. Воронина // Российская бизнес-газета. – 2016. – № 914 (36).
33. Вахрин, П.И., Нешиной, А.С. Финансы [Текст]: учеб. пособие / П.И. Вахрин, А.С. Нешиной – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2017. – 471 с.
34. Воронин А.Г., Лебединская Ю.С. Экономическое содержание понятий регион и региональная политика [Текст] / А.Г. Воронин,

Ю.С.Лебединская // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2014. – № 1 (32). – С. 259-262.

35. Верченко, М.С. Ведущие ювелирные бренды расширяют целевую аудиторию [Электронный ресурс]: // РБК. Исследования рынков. Режим доступа: [http://marketing.rbc.ru/news\\_research/10/09/2013/562949988839653.shtml](http://marketing.rbc.ru/news_research/10/09/2013/562949988839653.shtml)

36. Галлямова, А.З. Драгоценные металлы в структуре финансовых активов [Текст] / А.З. Галлямова // Банковское дело. – 2016. – № 5.– С. 18-22.

37. Галлямова, А.З. Формирование современной структуры российского рынка драгоценных металлов [Текст] / А.З. Галлямова // Банковское дело. – 2017. – № 5.– С. 26-29.

38. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика [Текст]: учеб. пособие / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2016. – 428 с.

39. Гурко, С.П., Целехович, Е.П., Примаченок, Г.А. и др. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / С.П. Гурко, Н.П. Целехович, Г.А. Примаченок. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2016. – 311 с.

40. Григорьев, Л. Конкуренция и сотрудничество [Текст]: учеб. пособие / Л. Григорьев. – М.: Книга по Требованию, 2016. – 918 с.

41. До 2017 г. прогнозируется рост объема рынка ювелирных изделий на 6,7 % ежегодно [Электронный ресурс] // РБК. Исследования рынков. – Режим доступа: [http://marketing.rbc.ru/news\\_research/22/03/2013/562949986337194.shtml](http://marketing.rbc.ru/news_research/22/03/2013/562949986337194.shtml)

42. Дронова, Н.Д. Ювелирные изделия [Текст]: справочник-энциклопедия. – М.: Экономика, 2016. - 182 с.

43. Данилов, И. П. Конкурентоспособность регионов России. Теоретические основы и методология [Текст]: учеб. пособие / И.П. Данилов. – М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2016. – 368 с.

44. Джинджолия, А.Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения: [Текст]: учеб. пособие / А.Ф. Джинджолия, Е.Г. Попкова. – М.: КноРус, 2013. – 256 с.
45. Ефимова, Е.Г. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / Е.Г. Ефимова. – М.: МГИУ, 2014. – 208 с.
46. Ежегодные темпы роста рынка ювелирных изделий составляют порядка 10–15 % [Электронный ресурс] // РБК. Исследования рынков. – Режим доступа: [http://marketing.rbc.ru/news\\_research/18/12/2013/562949990018225.shtml](http://marketing.rbc.ru/news_research/18/12/2013/562949990018225.shtml)
47. Зотов, Н.А. Инновационная методика комплексной оценки конкурентоспособности компании с учетом ее экономического потенциала [Текст] / Н.А. Зотов, О.Д. Нечаева // Инновации. – № 9.– 2016. – С. 117-121.
48. Ивасенко, А.Г. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. – М.: КноРус, 2015. – 640 с.
49. Кудров, В.М. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / В.М. Кудров. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 416 с.
50. Корнилов, Н.И., Солодова, Ю.П. Ювелирные камни [Текст]: учеб. пособие / Н.И. Корнилов, Ю.П. Солодова – М.: Недра, 2017. – 282 с.
51. Котлер, Ф., Армстронг, Г. Основы маркетинга: пер. с англ. [Текст]: учеб. пособие / Ф. Котлер, Г. Армстронг – М.: Изд. дом «Вильямс», 2015. – 944 с.
52. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент [Текст]: учеб. пособие / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб. : Питер, 2017. – 816 с.
53. Красавина, Л.Н., Смыслов, Д.В. и др. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения [Текст]: учеб. пособие / Л.Н. Красавина, Д. В. Смыслов – М.: Финансы и статистика, 2015. – 452 с.
54. Ломакин, В.К. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / В.К. Ломакин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 671 с.

55. Любецкий, В.В. Мировая экономика и международные экономические отношения [Текст]: учеб. пособие / В.В. Любецкий. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 350 с.

56. Лебединская, Ю.С. Принципиальная структура экономического кластера для развития региона [Текст]: учеб. пособие / Ю.С. Лебединская // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 5-2. – С. 139-142.

57. Мантусов, В. Б. Международная экономическая интеграция в современных мирохозяйственных отношениях [Текст]: учеб. пособие / В.Б. Мантусов. – М.: Юнити-Дана, 2017. - 272 с.

58. Магомедов, Ш. Ш. Конкуренентоспособность товаров и услуг [Текст]: учеб. пособие / Ш.Ш. Магомедов – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2015. – 294 с.

59. Маркетинг по нотам: практический курс на российских примерах: [Текст]: учеб. пособие / под ред. проф. Л.А. Данченко. – М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2016. – 758с.

60. Озерова, Е.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия [Текст] / Е.В. Озерова // Молодежные инновации. – 2018. – № 2. – С. 19-22

61. Орловский, Э.И. Товароведение ювелирных товаров и часов [Текст]: учеб. пособие / Э.И. Орловский. – М.: Экономика, 2016. – 176 с.

62. Отраслевой портал участников ювелирного рынка РЕСТЭК JUNWEX [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rjexpert.ru/>

63. Оводенко, А. А. История международных экономических отношений [Текст]: учеб. пособие / А.А. Оводенко, Е.Э. Платова. – М.: ГУАП, 2016. – 288 с.

64. Повалихина, Т. И. История мировой экономики и международных экономических отношений [Текст]: учеб. пособие / Т.И. Повалихина. – М.: Современная школа, 2017. – 256 с.

65. Простаков, С.В. Ювелирное дело [Текст]: учеб. пособие / С.В. Простаков. – Ростов - на Дону: Феникс, 2015. – 301 с.
66. Плешев, А.М. Классификация и ассортимент ювелирных изделий. Кооперативная торговля ювелирных изделий [Текст]: учеб. пособие / А.М.Плешев. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 261 с.
67. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов [Текст]: учеб. пособие / М. Е. Портер – М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. – 454 с.
68. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость [Текст]: учеб. пособие / М. Е. Портер – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. – 715 с.
69. Паушева, Т.Е. Формирование и развитие мирового и отечественного рынков золота [Текст]: дис. канд. экон. наук: 08.00.1 /Т.Е. Паушева – М.: Российская экономическая академия им Плеханова, 2015. – 296 с.
70. Пахомова, Н.В. Экономика отраслевых рынков и политика государства [Текст]: учеб. пособие / Н.В. Пахомова.– М. : ЮНИТИ, 2016. – 388 с.
71. Пашковская, М.В. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / М.В. Пашковская, Ю.П. Господарик. – М.: МФПУ Синергия, 2016. – 528 с.
72. Пономарева, Е.С. Мировая экономика и международные экономические отношения [Текст]: учеб. пособие / Е.С. Пономарева, П.С. Томилов, Л.А. Кривенцова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 287 с.
73. Раджабова, З.К. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / З.К. Раджабова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. --304 с.
74. Райзберг, Б.А. Введение в экономику [Текст]: учеб. пособие /Б.А. Райзберг – М.: Просвещение, 2016. – 296 с.
75. Российский ювелирный рынок: особенности, текущее состояние и перспективы развития [Текст]: ежегодный аналитический отчет – СПб.: РИА «Рос- ЮвелирЭксперт», 2016. – 173 с.

76. Российский ювелирный рынок: особенности, текущее состояние и перспективы развития [Текст]: учеб. пособие: ежегодный аналитический отчет. – СПб.: РИА «РосЮвелирЭксперт», 2017. – 163 с.
77. Романова, Л.Ф. Современное ювелирное искусство [Текст]: учеб. пособи / Л.Ф. Романова – М.: ЮНИТИ, 2016. – 188 с.
78. Россия-2016 [Текст]: стат. Справочник.. – М.: Росстат, 2016. – 62 с.
79. Сапожникова, Ю.Е. Стратегическое планирование как основа перспективного развития холдинга ювелирной отрасли промышленности [Текст] / Ю.Е. Сапожникова // Бизнес в законе. – 2016. – № 1. – С. 279–281.
80. Сапожникова, Ю.Е. Ювелирная отрасль и перспективы ее развития [Текст] / Ю.Е. Сапожникова // Бизнес в законе. – 2017. – № 3. – С. 219–224.
81. Свердлов, Г. Ювелирный рынок: эпоха [Текст] / Г. Свердлов // Бизнесмен. – 2008. – №5. – С. 16-19.
82. Свиридов, О.Ю. Деньги, кредит, банки [Текст]: учеб. пособие / О.Ю. Свиридов – М.: ИКЦ «МарТ», 2015. – 388 с.
83. Седеков, Р.С. Основы маркетинга [Текст]: учеб. пособие / Р.С. Седеков. – М.: Бизнес-книга, 2015. – 420 с.
84. Сердинов, Э.М. Мировой рынок золота [Текст] / Э.М. Сердинов // Банковское дело. – 2016. – № 11.– С. 45-48.
85. Синелиников, С.М. Энциклопедия предпринимателя [Текст] / С.М. Синелиников – М.: Олбис, 2016. – 148с
86. Спиридонов, И.А. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / И.А. Спиридонов. – М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2015. – 228 с.
87. Стрелкова, И.А. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / И.А. Стрелкова. – М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2013. – 267 с.
88. Сорокина, М. Ювелирный рынок: что не сможет, тот уйдет [Электронный ресурс] / М. Сорокина – Режим доступа: <http://www.ksonline.ru/stats/-/id/2854/>
89. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

90. Хруцкий, В.Е., Корнеева, И.В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка [Текст]: учеб. пособие / В.Н. Хруцкий, И.В. Корнеева – М.: Финансы и статистика, 2015. – 560 с.
91. Халевинская, Е.Д. Мировая экономика и международные экономические отношения [Текст]: учеб. пособие / Е.Д. Халевинская. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 400 с.
92. Хасбулатов, Р.И. Мировая экономика [Текст]: учеб. пособие / Р.И. Хасбулатов. – М.: Юрайт, 2017. – 884 с.
93. Цыгичко, А. Высокая цена конкурентоспособности [Текст] / А. Цыгичко // Экономист. – 2015. - № 1. – С. 31-36.
94. Чеботарев, Н.Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения [Текст]: учеб. пособие / Н.Ф. Чеботарев. – М.: Дашков и К, 2016. – 352 с.
95. Шарипов, Т.Ф. Использование системно-процессного подхода для модернизации планирования в кластере [Текст] / Т.Ф. Шарипов // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2014. – № 4 (165). – С. 135-142.
96. Шаталова, И.В., Скурлов, В.В. Ассортимент отечественной ювелирной промышленности [Текст]: учеб. пособие /И.В. Шаталова, В.В. Скурлов – М.: ЮНИТИ, 2016. – 285 с.
97. Ювелирные товары. Коммерческое товароведение [Текст]: учеб. пособие / Под ред. И.Т. Журавлева – М.: 2017. – 371 с.
98. Ювелирный рынок России: специфика, перспективные ниши, тенденции развития [Электронный ресурс]–Режим доступа: [https://new-retail.ru/business/yuvelirnyy\\_rynok\\_rossii\\_spetsifika\\_perspektivnyye\\_nishi\\_tendentsii\\_razvitiya1848/](https://new-retail.ru/business/yuvelirnyy_rynok_rossii_spetsifika_perspektivnyye_nishi_tendentsii_razvitiya1848/)
99. Ювелирный рынок РФ начал восстанавливаться [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://ma-research.ru/novosti-issledovaniy/item/195-yuvelirnyj-rynok-rf-nachal-vosstanavlivatsya.html>

100. Обзор Российского рынка ювелирных изделий 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://junwex.com/trends/analitika/obzor-rossijskogo-ryinka-yuvelirnyix-izdelij-2017.html>