

# РЫНОК ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ЕГО РАЗВИТИЕ В СИСТЕМЕ E-COMMERCE

**Анастасия Птуха, председатель совета директоров  
Татьяна Мерзлякова, PR-менеджер  
Группа компаний Step by Step**

**Ювелирные изделия пользовались спросом во все времена, имеют магическое, символическое, функциональное и эстетическое значение, особенно в мире женщин! Украшения часто являются зеркалом мировоззрения, исторического пути, технологических и культурных достижений целого народа. На ювелирные изделия всегда была и есть своя мода... В зависимости от сезона и времени выбор людей меняется. Каждый год на рынке появляются все новые и новые аксессуары. Специально для нашего журнала специалистами ГК Step by Step было проведено маркетинговое исследование российского рынка ювелирных изделий, в ходе которого были выявлены общие количественные показатели, современные тенденции, а также сделан прогноз развития этой отрасли. В данной статье хотелось бы уделить особое внимание развитию такого направления, как продажи через Интернет. Как на сегодняшний день складывается ситуация на онлайн-площадке?**

Россия занимает одну из лидирующих позиций в мире по добыче золота, таким образом, стоит отметить, что в стране имеется необходимое сырье для функционирования ювелирной отрасли. Но тем не менее наряду с этим в ювелирной отрасли присутствует достаточное количество нерешенных проблем, которые не позволяют отрасли активно развиваться большими темпами.

Основная особенность российского рынка ювелирных изделий – его

оборот является одним из наиболее контролируемых со стороны государственных органов (все покупки свыше 15 тысяч рублей должны быть зафиксированы). Данная отрасль считается одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации. На 2012 год общее число занятых в ювелирном секторе составляло около 16 тысяч человек.

На развитие ювелирного рынка в России в первую очередь оказывают влияние экономические факторы

(табл. 1). Ювелирные украшения не входят в потребительскую корзину среднестатистического россиянина, спрос на них во многом зависит от доходов населения, уровня безработицы и покупательской способности населения.

Отечественный рынок ювелирных изделий является одним из самых динамично развивающихся рынков в нашей стране. Еще пять лет назад рынок показывал высокий темп роста – так, с 2002 по 2007 год темпы роста состав-

Таблица 1. Факторы, влияющие на рынок ювелирных изделий. Источник: ГК Step by Step, 2013 г.

Положительное влияние	Отрицательное влияние
Консолидация отрасли, уход с рынка слабых игроков	Отсутствие поддержки российских производителей со стороны государства
Развитие технологий ювелирного производства	Отсутствие конкурентоспособной законодательной базы
Рост доверия к отечественной ювелирной продукции	Рост цен на сырье
Сокращение доли теневого производства	Необходимость регистрации покупок ювелирных изделий стоимостью свыше 15 тыс. рублей <sup>1</sup>

<sup>1</sup> В соответствии с ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».



ляли 10–20% в год. Высокие показатели темпа роста были обусловлены прежде всего общим подъемом экономики. Кризис 2008–2009 гг. оказал негативное влияние на отрасль, в результате чего произошел спад объемов производства. В последний период производство ювелирных изделий из золота и серебра вышло на докризисный уровень. Так, в 2012 году наблюдался рост количества опробованных и заклеянных изделий: до 38,47 млн штук – из золота и до 50,88 млн – из серебра.

По данным ФКУ «Пробирная палата России», за первые четыре месяца 2013 года производство ювелирных изделий с бриллиантами в России выросло на 20%, если сравнивать с аналогичным периодом 2012 года. Например, в апреле 2013 года российские производители выпустили изделий этого вида ювелирной продукции на 35,7% больше, чем в апреле прошлого года. Такой же подъем производства наблюдается и в сегменте «Обручальные кольца». За четыре месяца 2013 года российские ювелиры произвели 233 тысячи колец, что на 15,7% больше по сравнению с прошлым годом<sup>2</sup>.

На рынке ювелирных изделий наблюдается сезонность. Так, по оценкам специалистов, существует два се-

зонных пика продаж ювелирных украшений: в период праздников 14 февраля – 8 Марта и Новый год – Рождество. На эти праздники приходится более 70% годового объема продаж, а вот лето считается сезоном с наиболее низкими продажами.

Основная часть потребителей ювелирных украшений сосредоточена в московском регионе, что связано с более высоким уровнем дохода жителей Москвы. Ювелирные изделия рассчитаны на потре-

бителей всех возрастов. Основная масса покупателей – это люди в возрасте от 20 до 50 лет, по оценкам специалистов, их доля составляет более 86%.

По данным интернет-анализа потребительских запросов в октябре 2013 года по видам ювелирных изделий, установлено, что наибольшая их доля приходилась на кольца – 61,47%, браслеты – 21,71% (диаграмма 1).

К основным факторам, влияющим на выбор ювелирного украшения,

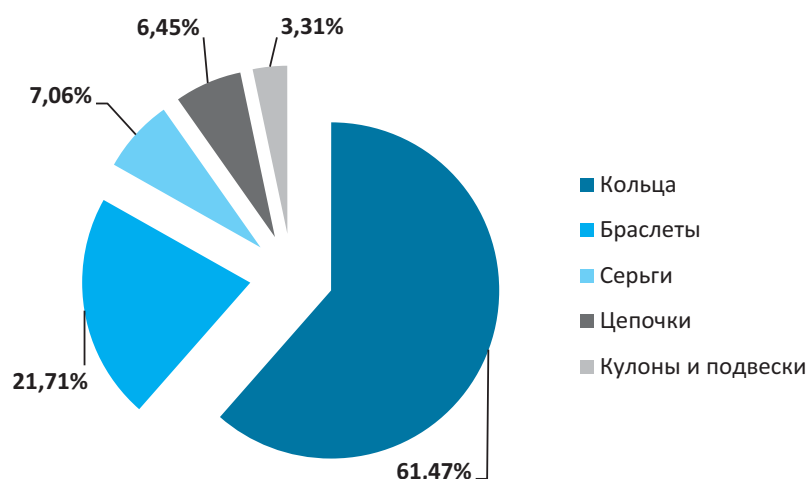


Диаграмма 1. Структура интернет-запросов потребителей по видам ювелирных изделий в октябре 2013 года, %.

Источник: ГК Step by Step, 2013 г.

<sup>2</sup> [http://www.probpalata.ru/rgpp/news/index.php?ELEMENT\\_ID=505&sphrase\\_id=8870](http://www.probpalata.ru/rgpp/news/index.php?ELEMENT_ID=505&sphrase_id=8870)



можно отнести дизайн изделия, цену, качество, производителя.

По данным проведенного исследования, в настоящее время решающее значение для 65% покупателей имеют такие факторы, как цена и дизайн изделия.

На сегодняшний день в сегменте потребителей можно выделить следующие основные тенденции:

- изменение потребительских предпочтений в сторону более дешевых (легких) изделий;
- снижение спроса на ювелирные изделия в целом (увеличение доли бижутерии).

Стоит отметить, что все большую популярность приобретают мужские изделия: запонки, закладки и зажимы

для галстуков. Однако первые места будут продолжать занимать кольца, серьги и кулоны.

С либерализацией требований к доставке ювелирных изделий интернет-торговля ювелирными украшениями набирает обороты. Если в 2010 году ее доля оценивалась на уровне 1%, то сейчас, по оценке специалистов ГК Step by Step, она составляет не менее 2,5–3%.

Поэтому интернет-торговля ювелирными украшениями на сегодняшний день является актуальной темой. Одной из движущих сил развития данной площадки является активное использование Интернета регионами. По оценкам специалистов, на региональные интернет-покупки приходится 50–60% их общего числа. Рост ин-



тернет-продаж объясняется тем, что в регионах предложение не всегда удовлетворяет спрос, т. е. там нет такого выбора товаров, который есть в Интернете, что мотивирует покупателя пользоваться онлайн-магазинами.

По мнению специалистов ювелирных компаний, одними из сдерживающих факторов развития интернет-торговли служили законодательные несоответствия и ограничения. На данный момент Министерство финансов Российской Федерации подготовило поправки в законодательство, призванные упростить систему торговли ювелирными украшениями через Интернет. Доставка ювелирных изделий обычной курьерской службой запрещена. Для перевозки по закону нужно обращаться в Федеральную службу охраны. Стоимость услуги составляет более 1000 рублей, что делает торговлю ювелирными украшениями через Интернет нерентабельной.

У большей части крупных игроков на сайтах есть квази интернет-магазины, но они действуют только как онлайн-витрины, где можно посмотреть товар и заказать, но забирать его придется самостоятельно в магазине. Таким образом, по оценкам игроков рынка, если наладить интернет-торговлю, то прогнозируемый рост продаж при запуске интернет-проекта может достигнуть порядка 20%.

Эксперты и аналитики рынка имеют различные мнения по поводу оценки тенденций рынка и перспектив его развития. Так, ожидается усиление централизации розничных ювелирных продаж в столице, а также замедление роста спроса за счет снижения покупательной способности населения. По оценкам специалистов ГК Step by Step, емкость рынка ювелирных изделий в 2013 году составила порядка 138,1 млн штук, что позволяет говорить о том, что рынок насыщен на 37%. Ежегодные темпы роста рынка составляют порядка 10–15%. Таким образом, рынок будет полностью насыщен не более чем за 8 лет при существующей модели потребления.