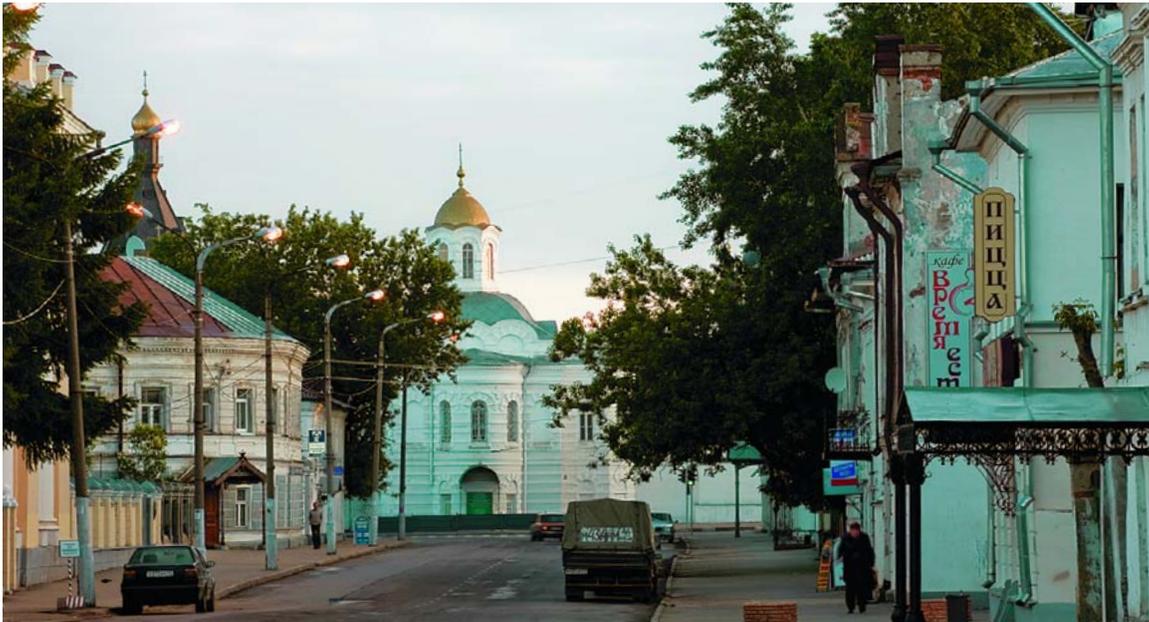


ЮВЕЛИРНАЯ СТОЛИЦА РОССИИ

Обзор ювелирного рынка Костромской области

КОСТРОМСКАЯ ЗЕМЛЯ МНОГИЕ ВЕКА ХРАНИТ ДРЕВНИЕ ТРАДИЦИИ ЮВЕЛИРНОГО МАСТЕРСТВА. ПО ПОДСЧЕТАМ ЧИНОВНИКОВ, СЕГОДНЯ КАЖДЫЙ 12-Й ВЗРОСЛЫЙ ЖИТЕЛЬ ОБЛАСТИ СВЯЗАН С ПРОМЫСЛОМ СВОИХ ПРЕДКОВ – ИЗГОТОВЛЕНИЕМ ИЛИ ПРОДАЖЕЙ УКРАШЕНИЙ ИЗ ДРАГМЕТАЛЛОВ. СОСЕДСТВО ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И РОЗНИЦЫ ЗАКЛАДЫВАЕТ ОГРОМНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ РОСТА МЕСТНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И РЕГИОНА В ЦЕЛОМ



Ольга ПЕТРОВА

Костромская область является одним из крупнейших поставщиков ювелирной продукции на внутренний и внешний рынки: на ее долю приходится около 25% российского ювелирного производства золотых изделий и более 35% серебряных. Для региональной промышленности отрасль является ключевой. Вот почему в 2008 году костромские власти энергично взялись за продвижение бренда «Кострома – ювелирная столица России». Чтобы подтвердить этот статус, в Костроме планируется до 2013 года создать Музей ювелирного искусства, а также направить дополнительные средства на обустройство города, который должен соответствовать столичному уровню.

Два раза в год – в начале лета и в начале зимы – в Костроме под патронажем губернатора и при участии администрации области проходят ювелирные фестивали.

Ювелиры со всей России съезжаются на эти мероприятия, чтобы представить свою продукцию.

Местные власти видят в ювелирной промышленности огромный потенциал и поэтому настроены на сотрудничество с представителями отрасли. Сейчас администрация Костромской области занята разработкой

целевой программы поддержки ювелирной промышленности. Чиновники готовы помочь местным ювелирам в модернизации производств за счет субсидирования процентных ставок по кредитам.

На территории области для поддержки и развития ювелирного бизнеса в Красносельском районе и Костроме выделяются земельные участки под строительство, предоставляются в аренду помещения, решаются вопросы кадрового обеспечения ювелирных предприятий за счет выпускников Костромского государственного технологического университета и Красносельского училища художественной обработки металлов.

Новый губернатор Костромской области **Игорь СЛЮНЯЕВ** активно лоббирует интересы ювелирной промышленности в федеральных органах власти. В частности, по предложению костромских властей были приняты необходимые поправки в законы, упрощающие экспорт ювелирных изделий. Прорабатывается решение и других насущных проблем ювелирной отрасли. За короткий срок управления областью костромскому губернатору совместно с Верхне-Волжской

Пробирной Палатой удалось добиться существенного сокращения времени клеймения изделий до трех-четырех дней.

Недавно между администрацией Костромской области и «Гильдией ювелиров «Золотое кольцо Руси», представляющей интересы местного ювелирного сообщества, было подписано соглашение. Этот документ определяет порядок взаимодействия органов власти и представителей ювелирного бизнеса при возникающих вопросах, связанных с развитием ювелирного промысла, повышением доходов всех уровней бюджетной системы Российской Федерации.

Кстати, плохая собираемость налогов с ювелирной отрасли остается серьезным камнем преткновения интересов власти и бизнеса. В администрации области подсчитали, что денежные обороты у ювелирных предприятий Костромы только в 2007 году выросли на 49% по золотым изделиям и на 29% – по серебряным. Однако приток налогов в местный бюджет не произошло. По данным управления Федеральной налоговой службы, в 2007 году предприятия ювелирной отрасли региона перечислили в консолидированный бюджет области всего лишь 435,3 млн рублей (2% от общего объема налогов), немногим более, чем годом ранее. И даже из этой суммы большая часть отчислений в бюджет пришлось на несколько крупных предприятий. Остальные остаются в тени. И чтобы вывести ювелирные компании на чистую воду, в середине текущего года местные власти начали тотальную разъяснительную кампанию. Основное требование властей – «обелить» зарплаты сотрудников.



650 производителей на одну область

Так сложилось, что в Костромской области сосуществует несколько крупных центров производства ювелирной продукции. Помимо исторического центра ювелирного промысла – Красного села, производством изделий из драгметаллов также занимаются и в Костроме, и в Волгореченске, и в других населенных пунктах.

Сегодня в области официально работает более 650 различных предпринимательских структур, связанных с производством ювелирных изделий. На заводах отрасли трудятся более 7 тысяч человек. Ежегодно ювелирная отрасль производит изделий на сумму более 2 млрд рублей.

Продукция костромских ювелиров отличается хорошим соотношением «цена-качество». В основном местные компании ориентированы на самый широкий сегмент российского ювелирного рынка – недорогие изделия стоимостью в рознице до 4 тысяч рублей. **Алексей СОКОЛОВ, учредитель ювелирного завода «Диамант»**, рассказал, что половина продукции его предприятия ориентирована именно на массовый спрос. «Мы выпускаем хорошую качественную продукцию, поэтому наши товары даже в других регионах называют «народным» продуктом – доступным, качественным. У нас много изделий весом легче 1 грамма. За тысячу рублей покупатель может позволить себе приобрести приличное колечко или подвеску. Согласитесь, что это небольшая цена, с учетом того, что качество нашего товара лучше, чем у аналогичных по цене ювелирных изделий из Турции, а иногда даже из Италии. Причем это можно оценить визуально».

Несмотря на большое количество предприятий, особой конкуренции костромские ювелиры между собой не ощущают. Каждый участник рынка имеет свое несомненное преимущество, занимает свою нишу, выпуская товар, который по цене, качеству или другим критериям чем-нибудь, но отличается от продукции местных производителей. Например, компания «Диамант» изготавливает очень легкие и одновременно объемные золотые изделия, «Караваевская ювелирная фабрика» славится мужскими печатками, а, например, небольшие компании создают недорогие изделия с уникальным дизайном, который повторяется в небольшом количестве экземпляров.

Костромские ювелиры ориентированы на массового покупателя

«Каждому потребительскому сегменту соответствует сразу несколько ювелирных компаний, которые предлагают индивидуальный дизайн и свою ценовую политику. Сложно говорить о конкуренции внутри рынка. Костромские ювелиры выбрали свой собственный путь развития и следуют ему, используя различные средства для достижения цели. Конечно, на первом месте в производстве стоит «классика» – универсальные модели, которые никогда не выходят из моды. Ведь основная часть покупателей с невысоким доходом предпочитает товар массового потребления, поскольку изделия данной категории не требуют особых материальных затрат и вложений, а эффект от такого украшения зачастую бывает очень высоким», – считает генеральный директор компании «Бриллианты Костромы» Юрий КОРАБЕЛЬНИКОВ.

Тем не менее, только на изделиях массового спроса костромские ювелиры не замыкаются. В последние пару лет ассортимент местных компаний стал расширяться в сторону изделий более дорогого ценового сегмента. Таким образом компании реагируют на изменение спроса. «В последнее время замечается всплеск покупательской способности в сегменте изделий с драгоценными вставками. Наблюдается заметное повышение спроса в бриллиантовой группе. Эта категория ювелирных украшений доступна категории людей со средними и выше среднего доходами. Данная тенденция обусловлена невысокими ценами на бриллиантовые изделия и тем статусом, который дарит драгоценный камень, статусом самодостаточности и избранности», – констатирует Юрий КОРАБЕЛЬНИКОВ.

Владимир ОРЛОВ, исполнительный директор компании «Адиам» (крупнейшего поставщика бриллиантов на костромской ры-

нок), также отмечает последние изменения в спросе. «Если в начале своего развития костромские производители чаще работали с бескаменной или фианитовой группой, то сегодня практически все уделяют большое внимание бриллиантовому ассортименту. В размерах до 4,1 мм пользуются спросом чаще всего камни со средними характеристиками (цвет 3-4, качество 4-5); в более крупных камнях диапазон востребованных характеристик шире (цвет 3-6, качество 4-7); мелкие производители (частные предприниматели и художники-ювелиры) менее требовательны к характеристикам и хорошо покупают камни с более низкими цветами и качествами».

Впрочем, Владимир ОРЛОВ не ожидает значительного роста спроса на камни с высокими характеристиками. «Цена изделий традиционно являлась конкурентным преимуществом костромских производителей. Что касается спроса на бриллианты в целом, то он будет напрямую зависеть от экономической ситуации в стране, а 2009 год обещает быть сложным», – уверен эксперт.

Проблемы роста

Одна из основных проблем, с которой сталкиваются местные производители – продвижение товара и собственного бренда на российский рынок. Лишь немногие костромские предприятия могут позволить себе открыть представительство в Москве, а тем более в других регионах. Самые крупные компании, такие, как «Алмаз-холдинг» (магазины под брендом «Золотая Кострома»), Костромской ювелирный завод, имеют разветвленные оптовые и розничные сети по всей стране и конкурируют с крупнейшими федеральными игроками – Московским ювелирным заводом, «Русскими самоцветами», «Яшмой». Компании поменьше работают с региональными оптовиками или независимой розницей.

У нынешнего губернатора области Игоря СЛЮНЯЕВА есть идея построить на территории Костромы Всероссийский торговый центр оптовой и мелкооптовой торговли. В итоге директора магазинов со всей России смогут делать закупки в одном месте, а местным производителям не придется тратить ресурсы на поиск оптовых покупателей. Однако пока строительство центра откладывается – реализация этого проекта требует огромных инвестиций.

Местная модель российской розницы

Для местных производителей ювелирных изделий костромская розница является «средним арифметическим» всего рос-



«НАВИГАТОР ЮВЕЛИРНОЙ ТОРГОВЛИ»

первый профессиональный журнал для розничных предприятий

ВСЯ НЕОБХОДИМАЯ ВАМ ИНФОРМАЦИЯ В ОДНОМ ЖУРНАЛЕ КАЖДЫЙ МЕСЯЦ

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ И ЧИТАЙТЕ!

по вопросам подписки обращайтесь: тел: (499) 238-27-77, (499) 238-21-22

e-mail: mail@njt.ru
www.njt.ru



сийского рынка – и вкусы потребителей, и их финансовые возможности здесь ничем не отличаются от среднероссийских. Единственной особенностью рынка является то, что ассортимент ювелирной продукции в местных магазинах ничем не хуже, чем на ведущем рынке России – в Москве. Как отмечает соучредитель компании «Золотов» **Сергей ТОМАШЕВСКИЙ**, «наряду с тем, что вкусы костромичей в целом совпадают с запросами жителей других регионов, костромские потребители более избалованы обилием выбора ювелирной продукции. И это, безусловно отражается на предпочтениях костромичей: они очень требовательны к качеству и ассортименту. Поэтому на этом региональном рынке успешно действуют только те компании, которые предлагают наилучшее соотношение цены и качества».

На территории области, где проживают порядка 800 тысяч человек, работает 94 торговых предприятия. Из них 78 – специализированные магазины, а 16 торговых отделов открыто в торговых центрах. Основная часть торговых точек сосредоточена в Костроме, где ювелирной продукцией торгует 43 магазина. В других населенных пунктах области ювелирной продукцией торгуют меньше: в Красносельском районе открыто 10 магазинов, в Шарье – пять, в Волгореченске – два.

Розничная сеть Костромы представлена тремя типами магазинов:

Федеральные сети. В этой категории, по сути, представлены только крупные столичные бренды: «Адамас» и «Сеть 585». Другие федеральные ювелирные сети пока не спешат осваивать костромской рынок – слишком высока конкуренция. А имеющиеся представители сетевых магазинов предпочитают работать в недорогом и среднем ценовых сегментах.

Местные сети и магазины. Крупнейшие торговые предприятия области – «Аметист», «Рубин», «Константин», «Александрит» имеют наработанную клиентскую базу, опыт работы с местным покупателем и широкий ассортимент ювелирной продукции, львиную долю которого занимают изделия местного производства.

Фирменные магазины. Костромские и красносельские ювелирные фабрики открывают собственные торговые точки (например, «Голдстрим», «Аквамарин»). В этих монобрендовых салонах представлены изделия конкретного производителя.

Стоит отметить, что у костромского покупателя есть еще одна возможность приобретения товара: частным образом заказать изделие у местного ювелира. Например, сделать копию сверхдорогостоящего украшения известного итальянского бренда. Копия будет мало отличима от оригинала, зато стоимость – многократно меньше.



Как и во многих российских регионах, основной пик продаж в костромских ювелирных магазинах приходится на предпраздничные дни – перед Новым годом, Днем защитника Отечества и 8 Марта.

Генеральный директор компании «Бриллианты Костромы» Юрий КОРАБЕЛЬНИКОВ выделяет три основные категории наиболее покупаемых на костромском рынке ювелирных украшений:

- Товары массового потребления (недорогие изделия «европейского» дизайна, стоимостью до 4 000 руб.). Рынок в количественном эквиваленте имеет самый высокий процент.

- Ювелирные украшения с полудрагоценными вставками («полудраги») – изделия с топазом, аметистом, цирконием и т. д.

– Ювелирные украшения с драгоценными вставками – бриллиант, сапфир, изумруды, рубины.

Модные тенденции только начинают завоевывать местный рынок. Как рассказала директор самого большого в Костроме магазина «Аметист» **Жанна КУРБАНОВА**, местного потребителя приходится приучать к изделиям, дизайн которых выбивается из привычных представлений о красоте. «Все новинки, которые мы предложили в этом году, отличаются от того, к чему привыкли наши покупатели. Однако мы не ошиблись с выбором, новый ассортимент пользуется спросом. Сейчас повышенным вниманием пользуются модели ювелирных изделий с крупными полудрагоценными камнями, украшения из белого золота, а также обручальные кольца, изготовленные из золота двух цветов, с бриллиантами», – перечисляет **Жанна КУРБАТОВА**.

Буквально в последний год, говорит директор магазина, выросла популярность столового серебра как местного, так и иностранного производства. Последнее пользуется даже большим спросом у покупателя, поскольку зарубежные производители предлагают более интересный дизайн.

Рост спроса на серебряные предметы обихода отмечают и местные производители: за последние два года из-за роста цен на золото объемы заказов на серебряные изделия выросли многократно.

Новые вызовы

Мировой финансовый кризис, частично парализовавший рынки и банковскую систему России, внес коррективы в развитие ювелирного рынка Костромской области.

Одним из первых неприятных сюрпризов для костромских ювелиров стало удорожание кредитов, а также задержки с оплатой уже закупленной продукции.

Некоторые костромские ювелиры констатируют сокращение объема заказов. Директор «Караваяевской ювелирной фабрики» **Александр БАДИН** сообщил, что количество заказов на его предприятии упало на треть, вследствие чего пришлось сократить объемы выпускаемой продукции. «Нам пришлось пойти на 25%-е сокращение числа работников. Были оставлены только опытные и сильные в профессиональном отношении специалисты. Конечно, им теперь приходится выполнять больший объем работ, но никто не жалуется, потому что расценки, в отличие от целого ряда аналогичных ювелирных производств, мы не снизили. Проанализировав все статьи расходов, мы исключили те, без которых можно обойтись. В частности, было принято реше-



ние не участвовать в ноябрьской Костромской выставке, пришлось отказаться и от рекламы в ряде изданий. Надежды на улучшение ситуации мы возлагаем на предпраздничные продажи, все-таки, впереди Новый год, 14, 23 февраля и 8 Марта».

Каким будет 2009 год, костромские ювелиры загадывать боятся, но уверены, что кризис отразится на всех участниках рынка. С оптимизмом в будущее смотрит губернатор Костромской области **Игорь СЛЮНЯЕВ**, который считает, что негативные события, происходящие на международных финансовых рынках, только помогут отечественным ювелирам. Он уверен, что отрасль находится накануне бума. Ювелирные изделия, золото, антиквариат – в беспокойные времена именно эти инструменты инвестирования должны пользоваться спросом у населения. Россияне, полагает губернатор, на генетическом уровне усвоили мысль о том, что ювелирные украшения – самый надежный объект сбережения средств.

Влияние финансового кризиса костромские ювелирные предприятия почувствовали в сентябре 2008-го. Банки снизили кредитные лимиты, заказов стало меньше. Но останавливать производство пока никто не собирается

Аналогичного мнения придерживается и соучредитель компании «Золотов» **Сергей ТОМАШЕВСКИЙ**: «Финансовые неурядицы безусловно окажут влияние на всех, но, как известно, выживает сильнейший. Эти временные трудности благотворно подействуют на тех производителей, которые отслеживают происходящие на рынке изменения и умеют оперативно на них реагировать, следят за модой. В конечном итоге, в выигрыше окажутся компании, которые смогут сделать потребителю самое интересное предложение».