

непосредственными организациями-заказчиками кадров, осуществляет мониторинг качества подготовки специалистов [9]. Учебная работа, таким образом, по своим целям, содержанию, формам и технологиям фактически приобретает вид профессиональной деятельности, где полученные ранее знания выступают ориентированной целью, т.е. на данном этапе происходит процесс совершенствования профессиональных компетенций за счёт трансформации учебной деятельности в профессиональную.

Выпускник, прошедший полный курс обучения по данной специальности, владеет навыками разработки бизнес-планов, внедрения новых технологий, применения методов анализа и организации научных исследований. Умение специалиста-коммерсанта использовать современные информационно-компьютерные технологии, детально изучать конъюнктуру рынка, выявлять существующие и потенциальные возможности предприятия на рынке и поддерживать его конкурентоспособность позволит ему в будущем успешно работать на сельскохозяйственных, перерабатывающих предприятиях, в агросервисных и торговых организациях, а также на промышленных предприятиях в должностях экономиста, главного экономиста, заместителя директора по коммерческим вопросам, начальника и сотрудника отдела снабжения и сбыта, коммерческого или торгового отдела. Нередко полученные знания используются молодыми специалистами для осуществления индивидуальной предпринимательской деятельности.

Список использованных источников

1. Пилипук А.В. Организация фирменных торгово-сбытовых систем в агропромышленном комплексе Беларуси / под ред. В.Г. Гусакова. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2011. – 178 с.
2. Тимофеев, Р. В. Развитие торговли в БССР в годы НЭПа: автореф. Дис. ... канд. Истор. Наук: 07.00.02 / Беларус. Госуд. Ун-т. – Минск, 1998. – 16 с.
3. Герасимович, А.А. Летопись Белорусской государственной сельскохозяйственной академии (1840–2015 гг.) / 6-е изд., перераб. И доп. – Горки : БГСХА, 2015. – 212 с.
4. Шуляков Л. В. Инновационные технологии подготовки специалистов коммерческой деятельности // Теория и практика коммерческой деятельности : материалы V Всероссийской науч.-практ. Конф. (г. Красноярск, 27–28 февраля 2015 г.) – Красноярск : Сиб. Федер. Ун-т, 2015. – С. 53–56.
5. Шуляков Л. В. Оборудование предприятий торговли и общественного питания. – Ростов на Дону: Феникс, 2013.–495с.
6. Карташевич, А. Н. Применение инновационных образовательных технологий на базах кафедр УО «БГСХА» // Педагогика высшей школы: сб. статей. – Горки: БГСХА, 2010. – С. 43 – 46.
7. Добролюбов, Н.Н. Блочно-модульная система и рейтинговый контроль: рекомендации по внедрению. Горки: БГСХА, 2001. 9 с.
8. Положение о модульно-рейтинговой технологии обучения студентов на I ступени высшего образования / Горки: БГСХА, 2016. 8 с.
9. Сарвино, Е. И. Мониторинг эффективности модульно-рейтинговой системы обучения в УО «БГСХА» // Педагогика высшей школы: сб. статей. – Горки: БГСХА, 2010. – С. 108 – 113.

УДК 671.12

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Зоткина А.Н., асс., Свидерская Т.В., студ.

*Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье приведён обзор состояния и тенденций развития мирового ювелирного производства. Выявлены страны-лидеры по производству и реализации ювелирных материалов и украшений в мире. Основываясь на приведенных данных, можно прогнозировать изменения мирового ювелирного рынка в будущем.

Ключевые слова: ювелирные изделия, ювелирные украшения, мировые рынки, экспорт, среднегодовой прирост.

Ювелирные изделия высоких ценовых категорий, изготовленных на основе драгоценных металлов производятся в небольшом количестве государств. Лидерами среди них можно считать Индию (22% мирового производства золотых ювелирных изделий), Италию (16%), в небольшой степени Китай, США, Саудовская Аравия, Турция, на каждую из которых приходится по 5%. Перечисленные государства выступают и основными потребителями данной категории товара, хотя их доля в мировом производстве и мировом потреблении несколько отличаются – Индия – 30%, США – 19%, Китай – 9%, Саудовская Аравия – 7%, Египет – 6%, Италия – 5%, Турция – 4% [1, с.51].

Изготовление ювелирных украшений с бриллиантами – это наибольший сегмент (объем более 117 млрд. долларов), который занимает более 45 % мирового ювелирного рынка. На втором месте по величине стоит изготовление ювелирных изделий из золота – 43,5%. Среднегодовой прирост составляет 5,7% [2, с.24].

Потребители ювелирных украшений – это примерно 10% населения земного шара, и основная часть – это женщины, на долю мужчин и детей приходится небольшой процент. По мнению аналитиков, 50% объема продаж изделий ювелирной промышленности составляют изделия из драгоценных металлов, таких как золото, серебро, платина и т.п., и 50% приходится на украшения с полудрагоценными и драгоценными камнями.

Реализация ювелирных изделий сосредоточено на восьми ключевых мировых рынках, на которых, собственно, приходится порядка $\frac{3}{4}$ долей продаж в мире (США, Китай, Великобритания, Италия, Индия, Япония, Ближний Восток и Турция). Наибольшим рынком по реализации ювелирных изделий по-прежнему являются США, но существенно теснят позиции жители Поднебесной и Индии.

Стоит заметить, что на производство ювелирных изделий расходуется около 85% всего добываемого золота. Основные производственные мощности находятся в странах Юго-Восточной Азии. Так, в частности только Индия ежегодно ввозит для производства ювелирных изделий более 1200 тонн золота [2, с.22].

В последние два года объемы продаж ювелирных изделий и часов с драгоценными камнями достигли рекордных уровней в США, крупнейшем мировом рынке. Общий объем продаж ювелирных изделий и часов с драгоценными камнями в 2014 году достиг 78,08 миллиарда долларов. Объем продаж только ювелирных изделий составил 68,8 миллиарда долларов.

В течение десятилетий США, на долю которых приходится около 40% мирового объема продаж в стоимостном выражении, остаются крупнейшим потребителем бриллиантовых ювелирных изделий. Но с изменением экономических сценариев, образа жизни и моды, развивающиеся центры, например, Китай и Индия, догоняют их. Оба центра потребления, Индия и Китай, в последнее время год от года сохраняют рост. Оценки показывают, что в период между 2005-2011 годами совокупные темпы годового прироста на бриллиантовые ювелирные изделия в Китае составили 32%, а в Индии 22 процента. А сейчас, когда Китай и Индия показывают признаки роста, к 2020 году прогнозируется, что резкий скачок спроса на ювелирные изделия с бриллиантами позволит превзойти американский рынок, который все отчетливее движется в сторону электронных гаджетов и других предметов класса «люкс» [3, с.34].

Продажа ювелирных украшений из золота является основным экспортным товаром Турции, к тому же за прошлый год экспорт ювелирных украшений вырос на 27%. Рынок ювелирных украшений Турции является самым динамичным в мире, а Стамбул считается одним из мировых центров по продаже золотых ювелирных украшений.

В Турции насчитывается около 40000 фирм, связанных с ювелирным производством, и несколько тысячи из них также активно представлены на международном рынке [4]. В основном Турция экспортирует золотые ювелирные украшения на Ближний Восток, в США и страны СНГ.

Тайланд является одним из ведущих экспортеров ювелирных украшений на мировом рынке. Тайланд наделен не только преданными своему делу и одаренными умельцами, но также и месторождениями драгоценных камней, например, были открыты месторождения сапфиров. Тайское производство драгоценных камней и ювелирных изделий постепенно выросло с кустарного уровня до широкомасштабной и ориентированной на экспорт индустрии. Этот сектор экономики стал одним из 10 самых прибыльных и приносящих наибольшие доходы от экспорта сфер деятельности.

Экспорт из Тайланда драгоценных камней и ювелирных изделий за первые восемь месяцев 2014 года увеличился на 9,82 процента от результатов прошлого года, или на 6,5 млрд. долларов США. В настоящее время Тайланд входит в десятку мировых экспортеров драгоценных камней и ювелирных изделий.

Италия признана бесспорным лидером ювелирного искусства, здесь сохранилось много

древних традиций, итальянские ремесленники знают толк в украшениях и умеют их производить. Спрос на итальянский дизайн никогда не падал. Италия лидирует в мире по производству изделий из золота. Ежегодно в стране 270 тонн золота подвергаются обработке и превращаются в ювелирные изделия, хотя сама страна добывает всего 100 кг.

Также, необходимо отметить достижения Китая в этой области. Ежегодный оборот ювелирной промышленности Китая превысил 120 миллиардов юаней (14,8 млрд. долларов США) и в настоящее время продолжает расти, ежегодно увеличиваясь более чем на 10% [2, с. 24]. Ожидается, что к 2017 г., продажа жемчуга и ювелирных украшений в стране достигнет 180 млрд. юаней, а экспорт — 7 млрд. юаней. Хотя ювелирная промышленность в Китае начала развиваться только с недавнего времени, рост происходил быстро и объем продаж украшений на сумму более 120 млрд. юаней в 2014 г. в 600 раз превысил объем 1980 года. Число занятых в промышленности увеличилось с 20 тысяч в начальный период до 2 миллионов в настоящее время. Известно, что Китай стал самым крупным в мире переработчиком и потребителем жадеита. Ежегодная добыча жемчуга достигла 1 500 тонн, составляя более чем 95% мирового объема.

Также в Китае обрабатываются три миллиона карат алмазов с торговым оборотом, достигающим 1 млрд. долл. США в год [5, с.19]. Появилось множество промышленных ювелирных предприятий и компаний. Китай стал существенной базой для обработки и огранки алмазов и искусственных камней, ювелирных украшений, продаваемых уже во всем мире.

Что касается России, то в 2014-2015 годах сократилось количество изделий из золота и палладия, но при этом отмечается рост количества изделий из серебра и платины. Доля изделий иностранного производства составляет: по золоту – 5,35% (38,64 млн. штук), по серебру -37,55% (59,57 млн. штук) [6, с. 32-33]. В сравнении с 2013 годом количество золотых изделий иностранного производства незначительно уменьшилось, а вот по серебру отмечается рост – на 47%. Все это – характерные признаки тенденции замещения золота серебром, что проявляется обычно в условиях экономического кризиса.

Итак, стоит отметить, что по оценкам различных экспертов мировые продажи ювелирных изделий будут возрастать с каждым годом на 4 – 5% и в 2015 году составит 350 млрд. долларов. При этом Китай и Индия в ближайшие 2-3 года образуют крупный рынок, составляющий более 30% от мировых объемов продаж. Ближний Восток составит 1/10 от всех продаж ювелирных изделий в мире. Также будет наблюдаться перенос производств ювелирных изделий в страны, где затраты являются минимальными, а также ускорение циклов производства и расширение ассортимента ювелирных изделий.

Список использованных источников

1. Шуршин, А.С. Ювелирная работа/А.С. Шуршин, П.К. Колесников//Экономика Беларуси. – 2013-№3(2) – С. 50-54
2. Троссов, К. Т. Ювелирная индустрия мира и России. Тенденции и прогнозы. Часть 1/ К. Т. Троссов// Навигатор ювелирной торговли. – 2014-№5 – С.18-25
3. Котовский, А. Л. Следующий крупнейший потребитель бриллиантовых ювелирных изделий/ А. Л. Котовский// Ювелирное дело. – 2014-№6 – С. 27-33
4. Ювелирная отрасль Турции// [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://turkkey.ru/turkey/shopping-v-turtsii/yuvelirnyie-ukrasheniya/yuvelirnyie-ukrasheniya-v-turtsii/>
5. Морин, К. В. Американцы тратят меньше на ювелирные изделия с бриллиантами/ К. В. Морин // Навигатор ювелирной торговли. – 2014-№5(3) – С. 15-21
6. Маркин, А. В. «Основная задача производителей – сохранить показатели хотя бы на уровне прошлого года»/ А. В. Маркин// Навигатор ювелирной торговли. – 2015-№3 – С. 29-32