

# ЭКСПО

# ЮВЕЛИР

ИЗДАНИЕ ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ЮВЕЛИРНОЙ ТОРГОВЛИ

WWW.EXPOJEWELLER.RU



## Украшения с Характером

— ANCHOR —

×

— PIT BULL —

×

— STAR —

×

— DAGGER —

×

— CROSS FLEUR DE LIS —

×

— FLEUR DE LIS —

×

— SKULL —



[www.rebelheart.ru](http://www.rebelheart.ru)

@rebelheartmsk



# Волшебный мир

от ювелирного бренда Veronika



Ювелирный завод Veronika один из первых в России создал обширную линейку детских изделий и по сей день остаётся лидером в этом направлении. На сегодняшний день брендом создано более 1000 моделей ювелирных украшений для детей, при создании которых учитываются особенности и предпочтения девочек и мальчиков разного возраста. Детские украшения от Veronika – это разнообразие форм, цветов и тематик. Каждый месяц на свет рождается до 50 новых совершенно неповторимых ювелирных украшений.

Весь производственный процесс от разработки эскиза до готового изделия осуществляется в стенах собственного производства. В своей работе завод Veronika использует современное оборудование, качественные материалы ведущих производителей, а производство сочетает передовые технологии с высокоточной ручной работой лучших мастеров Костромского края.



Для тех, кто ценит яркость, утонченность и практичность, ювелирный бренд Veronika подготовил новые ювелирные коллекции для детей и подростков на модный сезон «Осень 2021». Для нас очень важно, чтобы детские украшения были не только красочными и стильными, но и безопасными и практичными.

Сегодня мы хотим представить ювелирные украшения, в которых используется нанокерамическое покрытие – KLIAR. Благодаря данному покрытию ювелирные украшения приобретают мерцающий глянцевый блеск, безупречный внешний вид и сочные краски, которые сохраняются на долгие годы.

Высокотехнологичное покрытие имеет ряд преимуществ:

- Гипоаллергенность, что очень важно для детских и подростковых украшений.
- Долговечность – изделиям не страшны потертости и царапины. Данная нанокерамика имеет прочность сапфирового стекла.
- Разнообразие цветов – широкий спектр красок имеет многочисленную гамму оттенков, которая открывает новые возможности для ювелирного производства.

Маленькие модницы по достоинству оценят ювелирные новинки бренда Veronika. Мы очень дорожим и благодарим ценителей наших украшений, изготавливая их с большой любовью к детям и вкладывая в каждое из них своё тепло. Мы точно уверены, что, прикоснувшись к изделиям от Veronika, Вы обязательно это почувствуете!



# *Veronika*

jewelry factory

г. Кострома, ул. Деминская, 4  
+7 (4942) 440-889  
[www.veronika-jwl.ru](http://www.veronika-jwl.ru)





Знак пробирного удостоверения

## ФЕДЕРАЛЬНАЯ ПРОБИРНАЯ ПАЛАТА

Федеральная пробирная палата осуществляет федеральный пробирный надзор, государственный контроль при вывозе из Российской Федерации в страны, не входящие в Таможенный союз, и ввозе в Российскую Федерацию из этих стран драгоценных металлов и драгоценных камней, а также контроль за исполнением организациями, осуществляющими скупку, куплю-продажу драгоценных металлов и драгоценных камней, ювелирных изделий из них и лома таких изделий, требований законодательства Российской Федерации о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

### Руководитель:

Зубарев Юрий Иванович

### Заместители руководителя:

Замышляев Дмитрий Владимирович

Богодист Дмитрий Валерьевич

Троценко Светлана Анатольевна

**Адрес:** 125009, г. Москва,  
ул. Большая Никитская, д. 17, стр. 2.

**Почтовый адрес:** 123104, г. Москва,  
ул. Малая Бронная, д. 18, стр. 1

**Телефон:** (495) 690-27-27, 690-10-54

**Факс:** (495) 691-50-01

**E-mail:** probpalata@probpalata.ru

**Сайт:** www.probpalata.ru

### Режим работы:

пн.-чт. — 8.30-17.30

пт. — 8.30-16.15

Перерыв: 12.15-13.00

## МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЕ УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ

### МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ ПО ЦЕНТРАЛЬНОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ (Г. МОСКВА)

**Руководитель:** Иванова Людмила Николаевна

**Адрес:** 123104, г. Москва, ул. Малая Бронная, д. 18

**E-mail:** sgjpn@probpalata.ru

**Телефон:** (495) 695-85-12, 690-57-19

**Районы деятельности:** Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Воронежская область, Калужская область, Курская область, Липецкая область, Московская область, Орловская область, Рязанская область, Смоленская область, Тамбовская область, Тверская область, Тульская область, город федерального значения Москва

### Подразделение МРУ ФПП по ЦФО в г. Орел

**Заместитель руководителя:** Гусев Алексей Валентинович

**Адрес:** 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, 27

**E-mail:** ogjpn@probpalata.ru

**Телефон:** (4862) 76-06-59

### г. Белгород

**Адрес:** 308000, г. Белгород, проспект Богдана Хмельницкого, д. 111в

**Телефон:** (985) 390-23-58

### ВЕРХНЕ-ВОЛЖСКОЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ (ПГТ КРАСНОЕ-НА-ВОЛГЕ)

**Врио руководителя:** Никольский Сергей Валерьевич

**Адрес:** 157940, пгт Красное-на-Волге, Костромская обл.,  
Красная площадь, д. 7

**E-mail:** vvolgipn@probpalata.ru

**Телефон:** (494) 322-15-94

**Районы деятельности:** Ивановская, Костромская, Ярославская обл.

### МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ ПО СЕВЕРО-ЗАПАДНОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ (Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ)

**Руководитель:** Фенский Эдуард Вильгельмович

**Адрес:** 197198, г. Санкт-Петербург, ул. Яблочкова, д. 7

**E-mail:** szgipn@probpalata.ru

**Телефон:** (812) 458-98-97

**Районы деятельности:** Республика Карелия, Республика Коми, Архангельская область, Вологодская область, Калининградская область, Ленинградская область, Мурманская область, Новгородская область, Псковская область, город федерального значения Санкт-Петербург, Ненецкий автономный округ

### Подразделение МРУ ФПП по СЗФО в г. Калининград

**Заместитель руководителя:** Волошин Андрей Валерьевич

**Адрес:** 236022 г. Калининград, Гвардейский проспект, 15

**E-mail:** zgipn@probpalata.ru

**Телефон:** (4012)53-67-51

### Подразделение МРУ ФПП по СЗФО в г. Великий Устюг

**Заместитель руководителя:** Расторгуев Роман Иванович

**Адрес:** 162390, Вологодская область, город Великий  
Устюг, ул. Анатолия Угловского, д. 1

**E-mail:** sgipn@pobpalata.ru

**Телефон:** (817)3822315

### МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ ПО ЮЖНОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ (Г. РОСТОВ-НА-ДОНУ)

**Руководитель:** Михалин Алексей Валерьевич  
**Адрес:** 344018, г. Ростов-на-Дону, пр. Буденновский, д. 104/91  
**E-mail:** dgipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (863) 200-84-73, (863) 200-84-72  
**Районы деятельности:** Республика Адыгея (Адыгея), Республика Калмыкия, Республика Крым, Краснодарский край, Астраханская область, Волгоградская область, Ростовская область, город федерального значения Севастополь

**Подразделение МРУ ФПП по ЮФО в г. Симферополь**  
**Заместитель руководителя:** Ахполов Арсен Георгиевич  
**Адрес:** 295033, г. Симферополь, пр-т Победы, д. 119  
**E-mail:** krymprobir@probpalata.ru  
**Телефон:** (3652) 69-02-04, (3652) 69-02-05

**г. Сочи:**  
**Адрес:** 354207, г. Сочи, Краснодарский край, Батумское шоссе, д. 12-а  
**E-mail:** sochdgiipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (862) 252-01-23, (862) 252-01-24

### МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ ПО СЕВЕРО-КАВКАЗСКОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ (Г. МАХАЧКАЛА)

**Руководитель:** Нурмагомедов Нурмагомед Гаджиевич  
**Адрес:** 367010, Республика Дагестан, г. Махачкала, пр-т Гамидова, д. 67  
**E-mail:** pkgipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (8722) 62-04-43  
**Районы деятельности:** Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия — Алания, Чеченская Республика, Ставропольский край

### МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ ПО ПРИВОЛЖСКОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ (Г. Н. НОВГОРОД)

**Врио руководителя:** Кострова Наталья Петровна  
**Адрес:** 603006, г. Нижний Новгород, ул. Грузинская, д. 41б  
**E-mail:** vvgipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (831) 437-08-02, (831) 43-36-28  
**Районы деятельности:** Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Республика Татарстан (Татарстан), Удмуртская Республика, Чувашская Республика — Чувашия, Пермский край, Кировская область, Нижегородская область, Оренбургская область, Пензенская область, Самарская область, Саратовская область, Ульяновская область

**Подразделение МРУ ФПП по ПФО в г. Саратов**  
**Заместитель руководителя:** Ищейкина Татьяна Владимировна  
**Адрес:** 410044, г. Саратов, пр. Строителей, д. 1  
**E-mail:** sargipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (452)494361, (452)494358

**Подразделение МРУ ФПП по ПФО в г. Уфа**  
**Заместитель руководителя:** Исмагилов Данис Сагитович  
**Адрес:** 450076, г. Уфа, ул. Зенцова, д. 47  
**E-mail:** pgipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (347)2723924

### МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ ПО СИБИРСКОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ (Г. КРАСНОЯРСК)

**Руководитель:** Денисевич Александр Георгиевич  
**Адрес:** 660041, г. Красноярск, пр. Свободный, д. 72  
**E-mail:** vsqipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (391) 244-02-45  
**Районы деятельности:** Республика Алтай, Республика Тыва, Республика Хакасия, Алтайский край, Красноярский край, Иркутская область, Кемеровская область, Новосибирская область, Омская область, Томская область

**Подразделение МРУ ФПП по СФО в г. Новосибирск**  
**Заместитель руководителя:** Холкин Евгений Игоревич  
**Адрес:** 630129, г. Новосибирск, ул. Тайгинская, 17/1  
**E-mail:** zsqipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (383) 272-00-40  
**Консультирование по вопросам специального учета:** (383) 272-00-45  
**Консультирование по вопросам опробования и клеймения:** (383) 272-02-19

### МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ ПО УРАЛЬСКОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ (Г. ЕКАТЕРИНБУРГ)

**и.о. Руководителя:** Агафонова Светлана Вадимовна  
**Адрес:** 620142, г. Екатеринбург, ул. Чайковского, д. 75  
**E-mail:** uqipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (343) 257-65-21  
**Районы деятельности:** Курганская область, Свердловская область, Тюменская область, Челябинская область, Ханты-Мансийский автономный округ — Югра, Ямало-Ненецкий автономный округ

### МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ ПО ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМУ ФЕДЕРАЛЬНОМУ ОКРУГУ (Г. ХАБАРОВСК)

**Руководитель:** Архипов Владимир Витальевич  
**Адрес:** 680009, г. Хабаровск, ул. Промышленная, д. 20в  
**E-mail:** dvqipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (421) 227-35-03, (4212) 27-35-18, (4212) 27-58-61  
**Районы деятельности:** Республика Бурятия, Республика Саха (Якутия), Забайкальский край, Камчатский край, Приморский край, Хабаровский край, Амурская область, Магаданская область, Сахалинская область, Еврейская автономная область, Чукотский автономный округ

**Подразделение МРУ ФПП по ДФО в г. Якутск**  
**Заместитель руководителя:** Максимов Владимир Николаевич  
**Адрес:** 677027, Респ. Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Октябрьская, д. 30  
**E-mail:** sakhagipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (4112) 36-39-34, (4112) 36-43-37

**Подразделение МРУ ФПП по ДФО в г. Улан-Удэ**  
**Адрес:** 670031, Респ. Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Терешковой, д. 9  
**E-mail:** zabqipn@probpalata.ru  
**Телефон:** (3012) 43-92-11, (3012) 43-93-88

**г. Владивосток**  
**Адрес:** 690022, г. Владивосток, пр-кт 100-летия Владивостока, д. 159  
**Телефон:** (4232) 31-82-78, (4232) 31-87-70

# КОМПАНИИ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В КАТАЛОГЕ:

## 1 теория. практика. опыт

|                          |   |
|--------------------------|---|
| ДРАГМЕТКОНСАЛТ .....     | ? |
| КАЛИНИНГРАДСКИЙ ЯК ..... | ? |

## 2 изделия из золота

|   |            |
|---|------------|
| МАНГУШЕВ Д.И. ИП .....                  | 2.17       |
| PLATIKA JEWELRY .....                   | 2.5        |
| АЛЕКСИ ЮП .....                         | 2.10       |
| MAXIM DEMIDOV .....                     | 2.6        |
| D&S JEWELRY .....                       | 2.16       |
| JEDA BEAUTY AND QUALITY .....           | 2.2-3      |
| ФОМЕНКО ЮД .....                        | 2.15       |
| VERONIKA .....                          | ОБЛ 2, 0.1 |
| ДАЛЮС .....                             | 2.14       |
| DIAMOND UNION .....                     | 2.18       |
| PRESTIGE JEWELRY .....                  | 2.11       |
| КРАСНОЯРСКИЙ ЮЗ .....                   | 2.4        |
| BELLISSIMO .....                        | 2.13       |
| БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО ЮЗ .....              | 2.9        |
| ЗЛАТОГОР .....                          | 2.14       |
| SVETLOV JEWELRY .....                   | 2.7        |
| SLAVNOV JEWELRY COMPANY .....           | 2.12       |
| ТИК-ТАК .....                           | 2.14       |
| ZLATMASTER .....                        | 2.18       |
| IMPERIA JEWELRY .....                   | 2.17       |
| AMORE JEWELRY .....                     | 2.8        |
| JEWELLERY EUROPA .....                  | 2.16       |
| РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ .....                 | 2.17       |
| АЛЬКОР .....                            | 2.1        |
| КАЛИНИНГРАДСКИЙ ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ ..... | 2.16       |
| КРАСЮЗ .....                            | 2.4        |
| ДЕМЕТРА-САПФАЕРР .....                  | 2.16       |
| БРИЛЛИАНТ СОЮЗ .....                    | 2.17       |
| КОРДОБОВСКАЯ А.А. ИП .....              | 2.16       |
| САХА-ТААС .....                         | 2.18       |

## 3 изделия из серебра и натурального камня

|                                 |              |
|---------------------------------|--------------|
| BUDAGH JEWELRY .....            | 3.11         |
| FILLART STUDIO .....            | 3.13         |
| KU&KU JEWELRY .....             | 3.5          |
| MJ .....                        | 3.7          |
| PISTACHIO JEWELLERY HOUSE ..... | 3.1          |
| REBEL HEART .....               | ОБЛ 1, 3.2-3 |
| АРТ СТОУН .....                 | 3.1          |
| АРТЁМ БУДАХ .....               | 3.11         |
| ВЕРОНА .....                    | 3.13         |
| ВИКТОРИЯ .....                  | 3.2-3        |
| ДИАМИДА .....                   | 3.14         |
| КРАСНАЯ ПРЕСНЯ .....            | 3.4          |
| МАРШАЛ .....                    | 3.12         |
| МАСТЕРСКАЯ ПЕРЕЛЕТОВА .....     | 3.12         |
| НЕВСКИЙ-Т .....                 | 3.10         |
| РУССКИЕ РЕМЁСЛА .....           | 3.14         |
| РУССКИЙ АЛЬЯНС .....            | 3.14         |
| САМОРОДОК .....                 | 3.8          |
| СЕРЕБРЯНЫЙ ДОМ .....            | 3.6          |
| ТАГИЛИТ .....                   | 3.13         |
| ФИЛЛАРТ СТИДИЯ .....            | 3.13         |
| ЯКУШЕВ ЮД .....                 | 3.9          |

## 4 выставки

# ЮВЕЛИРТЕХ

ювелирные технологии для профессионалов | jewellertech.ru

## 1 теория. практика. опыт

## 2 драгоценные и полудрагоценные камни, вставки

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| A.S.DIAM DESIGN .....          | 2.16 |
| ALFARI .....                   | 2.18 |
| ALROSA DIAMOND INSPECTOR ..... | 2.15 |
| DIADEMA GEMS&JEWELLERY .....   | 2.20 |

|                        |      |
|------------------------|------|
| GEMS LAND .....        | 2.19 |
| INDIAN GEMS .....      | 2.19 |
| RADUGA JEWELLERY ..... | 2.20 |
| АВРОС .....            | 2.17 |
| БРИЛЛАНС .....         | 2.18 |
| ГОРЕВА Н.М. ИП .....   | 2.20 |
| ЗОЛОТОЙ КЛЮЧИК .....   | 2.14 |
| КОРОНА .....           | 2.18 |
| КУЛИКОВА С.А. ИП ..... | 2.21 |
| ПРАКТИКА .....         | 2.17 |
| СУПЕР ДЖЕМС .....      | 2.16 |

## 3 драгоценные металлы

|                 |                |
|-----------------|----------------|
| AP DM .....     | ОБЛ 1, 3.      |
| NEVA-GOLD ..... | 3.24           |
| РОДОНИТ .....   | 3.21           |
| РДМ .....       | ОБЛ 1, 3.22-23 |
| РЮС .....       | 3.21           |

## 4 упаковка, оборудование и материалы для ювелирного производства, услуги

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| BISAN DESIGN .....         | 1.3        |
| INART INSTRUMENTAL .....   | 4.33       |
| LEGOR PLATING .....        | 4.25       |
| NANOSTAR .....             | ОБЛ 2, 0.1 |
| PALA JEWELLERY MOULD ..... | 4.28       |
| PALA MACHINE .....         | 4.28       |
| STEEL MACHINE .....        | 4.26-27    |
| UVELIRA.RU .....           | 4.33       |
| ГАЛЬВАНИТ 44 .....         | 4.34       |
| МАГИСТР .....              | 4.34       |
| САВИТАР .....              | 4.29       |
| ТБСС .....                 | 4.34       |
| ТЕХНОКОМ АС НТЦ .....      | 4.30       |
| ЮВЕЛИР ПАРТНЕР .....       | 4.32       |
| ЮМО НЕВА .....             | 4.31       |
| ЮТОС-К .....               | 4.30       |

ВСЕРОССИЙСКИЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЖУРНАЛ-КАТАЛОГ

**ЭКСПО ЮВЕЛИР**

16+

Свидетельство о регистрации  
ПИ № ФС 61-6956 Р от 02.04.2008 г.

Выдано управлением Россвязьхранкультуры  
по Ростовской области

Все права защищены. Полное или частичное  
воспроизведение материалов, опубликованных в  
журнале «Экспо Ювелир», без письменного согласия  
редакции категорически запрещено.

За содержание рекламных материалов редакция  
ответственности не несет.

Учредитель: Дзюба А.В.  
Издатель: ООО «Альфа»

Адрес редакции и издательства  
344002, г. Ростов-на-Дону,  
ул. Станиславского,  
д. 118/25-27/107, офис 601

Телефоны отдела рекламы  
+7 (863) 282-21-87; 282-21-88

Тираж 9000 экз.  
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО  
<https://www.expjeweller.ru>  
<https://www.uvelir.info>  
<https://www.uvelir.net>

Генеральный директор  
Андрей Викторович Дзюба  
[director@expmedia.ru](mailto:director@expmedia.ru)

Коммерческий директор  
Оконечникова Ирина Петровна  
[irina@expmedia.ru](mailto:irina@expmedia.ru)

И.О. Главного редактора  
Оконечникова Ирина Петровна

Арт-директор  
Александр Тутов  
[art@expmedia.ru](mailto:art@expmedia.ru)

Дизайн и верстка  
Александр Тутов

Корректор  
Анастасия Кравцова

Отдел рекламы  
Светлана Женихова  
[svetlana@expmedia.ru](mailto:svetlana@expmedia.ru)

Наталья Бенда  
[nataly@expmedia.ru](mailto:nataly@expmedia.ru)

Наталья Благова  
[n.blagova@expmedia.ru](mailto:n.blagova@expmedia.ru)

Интернет-продвижение  
Иван Сиянский  
[ivan@expmedia.ru](mailto:ivan@expmedia.ru)

Дата выхода 25.10.21г в 6.00  
Заказ № 217921

Отпечатано:  
ИП Зубков О.П., г. Ростов-на-Дону,  
пр. Буденновский, 19а, офис 4

ТЕОРИЯ. ПРАКТИКА. ОПЫТ

Наши проекты:

**UVELIR.info**  
ЮВЕЛИРНЫЙ ПОРТАЛ-СЕРВИС

**uvelir.net**  
ИНТЕРНЕТ-ФОРУМ ЮВЕЛИРОВ ЕАЭС

# ГИИС ДМДК:

## 33 ВОПРОСА ОТ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

РУКОВОДИТЕЛЬ ФЕДЕРАЛЬНОЙ  
ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ ОТВЕТИЛ НА  
ВОПРОСЫ УЧАСТНИКОВ РЫНКА ДМДК



### Юрий Зубарев

Руководитель Федеральной  
пробирной палаты

Постановлением Правительства РФ от 26 февраля 2021 г. №270 «О некоторых вопросах контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота и внесении изменений в некоторые акты Правительства» определены этапы внедрения ГИИС ДМДК, касающиеся вопросов скупки, переработки, производства, ремонта и оборота ювелирных изделий.

Уже с 1 сентября 2021 г. все операции по специальному учету (постановка, снятие, внесение изменений), а также операции по регистрации именных в обязательном порядке осуществляются исключительно в ГИИС ДМДК.

С 18 октября 2021 г. началось оформление лицензий по обработке (переработке) лома и отходов драгоценных металлов (за исключением деятельности по обработке (переработке) организациями и индивидуальными предпринимателями лома и отходов драгоценных металлов, образовавшихся и собранных ими в процессе собственного производства, а также ювелирных и других изделий из драгоценных металлов собственного производства, нереализованных и возвращенных производителю) и лицензий по скупке у физических лиц ювелирных и других изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, лома таких изделий.

До 15 января 2022 г. необходимо внести в ГИИС ДМДК сведения об остатках драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных и других изделий.

Участники рынка ДМДК подготовили целый ряд вопросов относительно работы ГИИС ДМДК, лицензирования и осуществления пробирного надзора в целом. Сегодня мы поговорим о самых важных из них с руководителем Федеральной пробирной палаты Юрием Ивановичем Зубаревым.

— *Юрий Иванович, благодарим вас, что в очередной раз нашли время для интервью. Участникам рынка ДМДК будет интересно получить ответы от первого лица, итак:*

- 1. Розничный покупатель вернул производственный брак в магазин. Вопрос: Как этот товар обратно поставить в ГИИС ДМДК? Как его вернуть производителю? Будет ли это обратная сделка?**

В ГИИС ДМДК предусмотрена процедура возврата товара производителю в рамках ранее совершенной сделки. Для повторного ввода продукции, ювелирных изделий в оборот участник оборота продукции, ювелирных изделий направляет оператору уведомление о восстановлении в обороте продукции, ювелирных изделий.

Оформление возврата маркированных товаров через кассу осуществляется по тому же принципу, что и продажа.

2. Товар в ГИИС ДМДК числится на моем филиале «Х». Мне надо его переместить в мой же филиал «У». **Вопрос:** Нужно ли регистрировать в ГИИС ДМДК это перемещение?

Да, перемещение между филиалами одной организации нужно отражать в ГИИС ДМДК (без подписания усиленной квалифицированной электронной подписью). Выбытие и продажу товара можно оформить только с того филиала, за которым товар числится.

3. Получаю лом от розничного покупателя и обмениваю на новое. **Вопрос:** Я его должна поставить на учет в ГИИС ДМДК день в день? А если каждый день приходы лома в магазине? А если это выходные дни?

Обмен законодательством не предусмотрен. Это две разные операции — скупка лома и продажа нового изделия.

Участники оборота направляют информацию по обеим этим операциям в ГИИС ДМДК в течение 3 рабочих дней с момента операции.

4. Решили закрыть ИП, товар в магазине не распродан. Например, продаем аффинажному предприятию и списываем все УИНЫ одной партией на них. Есть ли ограничения по количеству граммов?

УИНЫ списываются при формировании партии лома, которая может быть продана аффинажному предприятию. При формировании партии ломов должны указываться точный вес драгметаллов в чистоте и общий вес лома в лигатуре. Ограничения по количеству граммов в ГИИС ДМДК отсутствуют.

5. ИП закрывает деятельность (розничная торговля, скупка, размещение заказов по давальческой схеме). На остатках ювелирные изделия, в том числе скупленные у населения, гранулы 999,9, приобретенные у поставщика. Как правильно прекратить деятельность ДМДК? А для ООО?

Для прекращения деятельности, связанной с драгоценными металлами и драгоценными камнями, необходимо реализовать все ценности, учтенные на балансе организации. Только после этого можно будет подготовить ликвидационный баланс и обратиться в налоговую инспекцию для осуществления всех необходимых операций по закрытию ИП/ООО.

6. По давальческой схеме передаем неликвиды подрядчику. Перед передачей удаляем вставки ДК и

- ПДК. **Вопрос:** Как списываем УИНЫ на угар, потери? Как списываем удаленные ДК?

Неликвиды будут являться ломом, и УИНЫ будут списываться на партию лома.

Вставки драгоценных камней, извлеченные из ювелирных изделий, не списываются, а должны оставаться на учете по тем же характеристикам, по которым они числились, когда были закреплены в ювелирном изделии.

7. Хочу оставить себе с витрины моего магазина понравившееся украшение. Какой порядок действий с УИНОМ?

Если вы владелец магазина и хотите оставить себе украшение, продающееся в этом магазине, то вам как физическому лицу необходимо приобрести украшение в данном магазине. При покупке физическим лицом ювелирного изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней оно выводится из оборота в ГИИС ДМДК.



8. Расход смесей на золочение и родирование при ремонте: как мне их списывать? Взвешивать остатки в граммах?

Списание драгоценных металлов и драгоценных камней, используемых в производстве, осуществляется только при документальном подтверждении их фактического расходования. При этом списание на ремонтные нужды оформляется актами списания, которые составляются комиссией в составе не менее трех человек, определенной приказом руководителя организации. Списание драгоценных металлов и драгоценных камней по нормам без определения фактического расхода, который подтверждается документами (актами взвешивания, результатами анализов, замерами объемов, измерениями толщины покрытий и других физических параметров), не допускается. В организации должны быть утверждены нормы расхода ДМ.

9. «Зависло» украшение в обменном фонде мастерской, и я решила его (их) сплавить. Пробный металл отправлять на аффинаж — потеря граммов. Могу ли я оформить это обычным актом?

Обменный фонд законодательством не предусмотрен. Товар у населения может приобрести только скупка. Этот товар может быть направлен только на аффинаж или продан переработчику для последующего аффинажа.

10. Какие камни я вообще должна учитывать? Синтетика списывается?

В ГИИС ДМДК прослеживаются только драгоценные камни: природные алмазы, изумруды, рубины, сапфиры и александриты, а также природный жемчуг в сыром (естественном) и обработанном виде. Материалы искусственного происхождения (синтетические), обладающие характеристиками (свойствами) драгоценных камней, отражаются в ГИИС ДМДК только в качестве вставок в ювелирных изделиях. Отдельно искусственные камни не прослеживаются и не списываются.

11. Работаю по индивидуальным заказам: разбираю изделие заказчика с его камнями, делаю новую модель. Как я должна учитывать камни заказчика? Должна ли их отражать в ГИИС?

Получение драгоценных камней от заказчика (физического лица) в целях изготовления ювелирного изделия по индивидуальному заказу оформляется как ввод драгоценных камней в оборот. В ГИИС ДМДК отражаются все операции с драгоценными камнями.

Кроме того, если вы изготавливаете ювелирное изделие, его необходимо будет предъявить на опробование, анализ и клеймение в Федеральную пробирную палату.

При осуществлении указанных операций после 01.03.2022 их необходимо будет отразить в ГИИС ДМДК.

12. Что все-таки с серебром? Опробовать его не обязательно, а вести учет в системе нужно?

Опробование и клеймение серебряных ювелирных изделий отечественного производства осуществляется в добровольном порядке. Сведения по серебру в ГИИС ДМДК вносить необходимо.

Производители серебряных ювелирных изделий должны наносить УИНЫ на бирки,

ярлыки этих изделий (физическая маркировка серебряных изделий ДМ-кодом осуществляется добровольно).

**13. Как модифицировать купленные камни, после переогранки, у них могут полностью измениться все характеристики? Как будет выглядеть бизнес-процесс в ГИИС ДМДК?**

Переогранка драгоценных камней регистрируется в ГИИС ДМДК как первичная огранка из сырья.

**14. Можно ли отправить остатки розницы раньше января? Как это делать — все сразу или частями?**

До 15 января 2022 г. необходимо внести в ГИИС ДМДК сведения об остатках драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных и других изделий по данным бухгалтерского учета на 1 января 2022 г., то есть все сразу.

До 1 апреля 2022 г. необходимо внести в ГИИС ДМДК уточненные сведения об остатках.

Сведения об остатках будут вноситься в ГИИС ДМДК по установленным формам.

В настоящее время рассматривается вопрос об отправке информации об остатках в ГИИС ДМДК раньше января 2022 г. До 1 января 2022 г. вводить сведения можно будет частично.

**15. Каковы требования для загрузки фотографий? Можно ли не загружать фото на остатки розницы?**

Можно не загружать, но тот, кто загрузит, получит преимущество, поскольку потребитель перед покупкой сможет переподтвердить информацию об изделии и сверить его с изображением в ГИИС ДМДК. При онлайн-продажах, которые прирастают огромными темпами, наличие такой возможности будет немаловажным фактором при принятии решения о покупке. Да и в магазине при очной покупке это тоже поможет. Фото в форматах JPEG, TIFF загружается из файловой системы участника ГИИС ДМДК добровольно.

**16. Правильно ли я понимаю, что старые «остатки драгоценных камней» будем УИНить без подробного описания всех вставок (пишем общий вес; общую чистоту; общий цвет и т.д., как получали когда-то)?**

УИНить драгоценные камни не нужно. Драгоценным камням в ГИИС ДМДК присваивается идентификационный номер партии (ИНП).

**17. Фото украшений в рознице нужно представить в обязательном порядке? Или это добровольно?**

При внесении сведений в ГИИС ДМДК цифровые фотографии ювелирного изделия представляются в добровольном порядке.

**18. Если метка не читается, то это контрафакт? 0,8×0,8 мм 16×12 точек. Что делать с таким товаром? Делать возвраты?**

В результате проведенных экспериментов двухмерный штриховой код считывается даже с изделий с заведомо нечитаемыми метками: технология считывания DataMatrix кода с ювелирного изделия позволяет идентифицировать такое изделие даже при 50% повреждении кода. Кроме того, на бирке изделия должен быть предоставлен УИН и продублирован двухмерный штриховой код.



**19. В инструкции по оптовой торговле последний абзац говорит, что перемещения между ТОПами заносятся в ГИИС ДМДК. Как перемещать маркированный товар внутри компании между своими филиалами?**

Перемещение между филиалами одной организации можно отражать в ГИИС ДМДК без подписания усиленной квалифицированной электронной подписью.

**20. Прокомментируйте, пожалуйста, мое понимание ситуации по биркованию остатков в рознице: согласно данной рекомендации, для розницы при маркировке остатков можно все же не вешать отдельную маркировочную бирку, как раньше говорили, а просто добавить в нее реквизиты о маркировке?**

Двухмерный штриховой код, уникальный идентификационный номер и адрес сайта в сети «Интернет» для получения информации о конкретном ювелирном изделии посредством уникального идентификационного номера наносятся на материальный

носитель в виде дополнительной бирки или ярлыка, прикрепляемых непосредственно к ювелирному изделию с ценником и биркой или ярлыком, оформленными в соответствии с ОСТ 117-3-002-95. В случае если двухмерный штриховой код, уникальный идентификационный номер и адрес сайта в сети «Интернет» для получения информации о конкретном ювелирном изделии посредством уникального идентификационного номера наносятся на ценник, прикрепленный непосредственно к такому изделию, дополнительная бирка или ярлык не требуются.

На сайте Федеральной пробирной палаты размещены рекомендации для оформления ярлыков ювелирных изделий.

**21. Нужна методичка, написанная человеческим языком, про совмещение онлайн-кассы и ГИИС ДМДК, программы 1С и ГИИС ДМДК? Какие требования? Как при розничной продаже будет происходить списание УИНа?**

Розничная продажа ювелирных изделий и продукции осуществляется участниками оборота с применением контрольно-кассовой техники. Более подробное описание этого бизнес-процесса появится после реализации этого модуля в ГИИС ДМДК. Принципиально процесс от обычной продажи через ККТ отличаться не будет.

Участники оборота регистрируют информацию о реализации ювелирных изделий путем сканирования нанесенного на ювелирное изделие двухмерного штрихового кода либо путем считывания штрихового кода с бирки, ярлыка ювелирного изделия.

Представление информации участниками оборота в ГИИС ДМДК осуществляется с использованием установленных протоколов передачи данных и разработанных оператором интерфейсов электронного взаимодействия путем обмена электронными документами.

**22. А как будет проходить выбытие УИН в рознице через ДМДК? Через оператора кассы (ОФД)?**

Выбытие УИН в рознице будет осуществляться через ГИИС ДМДК. Информация о продаже передается в ГИИС ДМДК не позднее 3 календарных дней со дня розничной реализации ювелирного изделия.

**23. Обязан ли производитель приобретать сканер для считывания QR-кодов, если изделия высокохудожественные и штучные и их легко идентифицировать и легко определить, к какому какой QR-код?**

Нет, не обязан. В территориальных органах Федеральной пробирной палаты будут установлены сканеры, которыми можно будет воспользоваться для считывания ДМ-кода на изделии в целях «привязки» УИНа к конкретному изделию. При реализации изделия регистрацию в ГИИС ДМДК информации о реализации изделий можно будет провести путем сканирования средства идентификации с бирки, ярлыка такого изделия.

#### 24. Кто будет присваивать УИН при импорте?

УИНЫ будет присваивать импортер. Оператор ГИИС ДМДК по заявкам импортеров будет передавать им УИНЫ, которые будут присваиваться ювелирным изделиям импортером после клеймения при обирковке.

#### 25. Объединение/разделение УИНов партий: при отделении части формируем 2 новые партии или одну новую и меняем характеристики старой?

УИН — это уникальный номер изделия, его разделить нельзя. Для партии предусмотрен идентификационный номер партии (ИНП). Если необходимо разделить партию, создаются новые партии с новыми ИНП. При этом необходимо указать ИНП партии, на базе которой сформированы новые партии, в качестве родительской.

Количество единиц продукции в первоначальной партии сократится на число единиц продукции, отгруженных в рамках новой партии. Создавать новые партии от родительской можно до тех пор, пока количество единиц продукции в ней не станет равным нулю.

#### 26. Какой срок подачи информации о выбытии изделия?

Срок предоставления информации в ГИИС ДМДК по каждому случаю (факту) оборота драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них, в том числе их выбытия из оборота, составляет 3 рабочих дня.

#### 27. Зачем рознице иметь сканер-карандаш (микроскоп)? Обязательное ли это условие? Приемка товара — в офисе. Продажа товара — может быть несколько магазинов... На каждую точку покупать?

Продажа изделия и выбытие из ГИИС ДМДК может осуществляться путем считывания средства идентификации с бирки, ярлыка изделия. Но в целях инвентаризации может возникнуть необходимость соотносить штрихкод на бирке со штрихкодом на изделии. Вот для этого может понадобиться сканер-ручка или микроскоп.

#### 28. В какой момент потребуется сканер для считывания метки с изделия после опробования в МРУ? С 1 марта 2022 года?

С начала обязательной маркировки ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней — с 1 марта 2023 г.

#### 29. Как мы заносим остатки в ювелирном магазине на 1 января согласно бухучету, общим весом и количество изделий или каждое изделие с описанием? Или по приложению №4 «Форма сведений (информации) об остатках ювелирных и других изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, которые вносятся юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями в государственную интегрированную информационную систему в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота?»

Это касается только золотых украшений или серебра в том числе?

До 15 января 2022 г. необходимо внести в ГИИС ДМДК сведения об остатках драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных и других изделий по данным бухгалтерского учета на 1 января 2022 г.

До 1 апреля 2022 г. необходимо внести в ГИИС ДМДК уточненные сведения об остатках. Между 1 января и 1 апреля сведения можно будет дополнять и корректировать, а после 1 апреля такой возможности уже не будет.

Сведения об остатках будут вноситься в ГИИС ДМДК по установленным формам по всем видам драгоценных металлов, драгоценных камней и ювелирных изделий.

#### 30. У нас, у ломбардов, 5 подразделений, можем ли мы перемещать невыкупы в одно из подразделений на реализацию? Делается ли перемещение с ломбарда на ломбард в этом случае в ГИИС?

Перемещение между филиалами одной организации нужно отражать в ГИИС ДМДК без подписания усиленной квалифицированной электронной подписью. Продажа изделия и выбытие изделия из ГИИС ДМДК можно будет оформить только по тому филиалу, за которым изделие числится.

#### 31. С 1 по 15 января мы заносим остатки ювелирных изделий, до 1 апреля мы отправляем уточненные сведения с учетом продаж. Вопрос — далее после 1 апреля мы уже работаем в системе ГИИС полностью, заноса каждую продажу, поступление или перемещение?

Да. Информация о каждом случае (факте) оборота драгоценных металлов, драгоценных камней и ювелирных изделий должна отражаться в ГИИС ДМДК с 1 марта 2022 г. При этом данные об остатках, внесенные в ГИИС ДМДК, могут редактироваться и уточняться участником до 1 апреля 2022 г.

#### 32. Вручную можно заносить остатки ювелирных изделий в ГИИС ДМДК? Или всех загоняют в 1С или другие программы?

Выгрузка информации об остатках в ГИИС ДМДК возможна как вручную, так и с помощью интеграционного сервиса.

#### 33. Подскажите, пожалуйста, где в программе 1С Ювелирный магазин надо делать выгрузку для ДМДК? А если в магазине есть товар, который никакого отношения не имеет к ДМДК? Или надо приобретать специальную программу для выгрузки?

Учет драгоценных металлов и драгоценных камней должен вестись в организации отдельно от других товаров. Выгружать сведения можно через интеграционный сервис. При необходимости организация может разработать собственное программное обеспечение.

— *Юрий Иванович, благодарим вас за столь интересную и продуктивную беседу! Участники рынка наверняка оценят полноту ваших ответов и готовность к диалогу.*



# ОБЗОР ПИСЬМА №63 РОСФИНМОНИТОРИНГА ДЛЯ ЮВЕЛИРОВ



КОММЕНТАРИИ К ИНФОРМАЦИОННОМУ  
ПИСЬМУ РОСФИНМОНИТОРИНГА  
ОТ 20 СЕНТЯБРЯ 2021 Г. №63

20 сентября 2021 г. на сайте Росфинмониторинга было опубликовано Информационное письмо №63 «О применении организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими скупку, куплю-продажу драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных изделий из них и лома таких изделий, отдельных норм законодательства в сфере противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

Указанное письмо, содержащее 30 вопросов и ответов к ним, пришло взамен уже хорошо известному многим ювелирам информационному письму Росфинмониторинга №50 от 2016 года. Напомним, что публикация в 2016 году 50-го письма произвела в ювелирной

отрасли чуть ли не сенсацию, т.к. Росфинмониторинг обобщил тогда наиболее частые и сложные вопросы.

Новое письмо №63 не повторило успех 2016 года и не вызвало паники в сообществе, т.к. по многим вопросам продублировало или дополнило ранее изложенные позиции, касающиеся применения ПОДУФТ организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими скупку, куплю-продажу драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных изделий из них и лома таких изделий.

Между тем в новом письме, которое было согласовано с Федеральной пробирной палатой, нашлось место как новым позициям Росфинмониторинга, так и ответам на новые вопросы.



## Павел Смыслов

Эксперт по ПОД/ФТ, юрист, канд. истор. наук, учредитель Межрегионального учебного и консультационно-правового центра финансового мониторинга (МУКПЦФМ)

+7 (903) 686-31-87  
[www.vk.com/smyslovy](http://www.vk.com/smyslovy)  
[www.smyslovy.ru](http://www.smyslovy.ru)  
 e-mail: [scorcher2002@mail.ru](mailto:scorcher2002@mail.ru)

## САМЫЙ ГЛАВНЫЙ ВОПРОС: ТАК НАДО ЛИ ОТЧИТЫВАТЬСЯ ЗА ТОВАР?

В 63-м письме Росфинмониторинг вновь отметил, что обязательному контролю подлежат операции как с деньгами, так и с имуществом, чему привел нормативное обоснование в ответе на вопрос №5: «С учетом положений Гражданского кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ), а также Федерального закона №115-ФЗ обязательному контролю в рамках одной сделки (договора) подлежат, с одной стороны, — передача товара (операции с имуществом), с другой стороны — платежи за товар (операции с денежными средствами), при условии, что сумма платежа или стоимость товара равна или превышает пороговое значение либо равна сумме в иностранной валюте, эквивалентной пороговому значению, или превышает его.

Сведения о таких операциях, совершаемых клиентом организации или индивидуального предпринимателя, в соответствии с подпунктом 4 пункта 1 статьи 7 Федерального закона №115-ФЗ подлежат документальному фиксированию и представлению в Росфинмониторинг в срок не позднее трех рабочих дней, следующих за днем их совершения».

Однако, несмотря на свое же нормативное обоснование, Росфинмониторинг сразу же изложил новую неожиданную позицию о том, что «в целях снижения нагрузки на субъектов ювелирной отрасли, являющихся участниками национальной антиотмывочной системы, организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие скупку, куплю-продажу

драгоценных металлов и драгоценных камней, ювелирных изделий из них и лома таких изделий, зарегистрировавшиеся в ГИИС ДМДК и обеспечивающие своевременное внесение в нее сведений об обороте продукции, ювелирных изделий, связанном с отчуждением (реализацией/отгрузкой) драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных изделий и лома таких изделий, а также поступлением драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных изделий и лома таких изделий, в рамках исполнения требований, предусмотренных абзацем шестым подпункта 4 пункта 1 статьи 6 Федерального закона №115-ФЗ, вправе представлять в Росфинмониторинг исключительно сведения о платежах за товар (операции с денежными средствами)».

В этой позиции ведомства обращает на себя внимание то, что исключительное предоставление сведения о платежах за товар — это право ювелиров, причем, оказывается, только тех, кто обеспечивает своевременное внесение в ГИИС ДМДК сведений об обороте драгоценных металлов, драгоценных камней, изделий из них. Тогда получается, по логике, что те ювелиры, кто не обеспечивает своевременное внесение в ГИИС ДМДК информации, лишены права на сдачу сведений в Росфинмониторинг только о платежах за товар. Причем, учитывая, что надзорным для ювелиров органом является не Росфинмониторинг, а Федеральная пробирная па-

лата, то кто достоин указанного права, а кто нет, на практике будет оценивать представитель пробирного надзора, проверяя своевременность занесения сведений в ГИИС ДМДК. Не говоря уже о том, что тот же представитель пробирного надзора вполне может просто занять формальную позицию и легко нормативно обосновать, почему надо было подавать в Росфинмониторинг сведения и о деньгах, и об имуществе. Ведь если бы все было так просто, тогда зачем ниже в том же новом 63-м письме Росфинмониторинга рассматриваются вопросы и примеры о подаче сведений о факте передачи товара?

### ЭТО, НАПРИМЕР, ВОПРОСЫ:

- №6: «...учитывая изложенное, по нашему мнению, дата совершения операции с имуществом в рамках договоров скупки, купли-продажи драгоценных металлов и драгоценных камней, ювелирных изделий из них и лома таких изделий будет определяться, исходя из даты в товарной накладной с учетом особенностей заключенного договора купли-продажи и его разновидности, договора поставки...»;
- №9: «...ФЭС 1-ФМ об операции с имуществом формируется следующим образом...»;
- №12: «...также при формировании ФЭС 1-ФМ об операции с имуществом...»;
- №15: «...в показателе «Сумма операции» — указывается общая стоимость переданного имущества...»;
- №21: весь вопрос посвящен ситуации с передачей товара;
- №24: «...по факту поставки (отгрузки) товара от комитента комиссионеру...»;
- другие вопросы.

Если позиция Росфинмониторинга о том, что тот, кто своевременно вносит сведения об обороте в ГИИС ДМДК, отчеты о поставках товара в Росфинмониторинг вправе не направлять, нормативно обоснована, то почему в 63-м письме нет ни одной ссылки ни на одну норму закона, из чего это следует? При этом зачем тогда в самом начале ответа на спорный вопрос дается обоснование о необходимости подавать сведения как о товаре, так и о платежах? Выходит, что новая позиция Росфинмониторинга является просто мнением ведомства, которое запросто может не совпасть с

мнением представителей, например, прокуратуры, Федеральной пробирной палаты, судьи... Ювелиры хорошо помнят некоторые истории с проверками пробирного надзора, отдельные инспекторы которого не придерживались позиций 50-го письма (о таких случаях мы писали на страницах нашего журнала).

Станут ли ювелиры пытаться счастье сейчас? Решение принимает каждый сам за себя. Но, вероятно, отчитаться и за товар, и за деньги, как раньше, будет, как минимум, просто безопаснее.

## ПРО СКУПКУ

В новом, 63-м письме Росфинмониторинга рассмотрены вопросы организаций (индивидуальных предпринимателей), осуществляющих деятельность по скупке драгоценных металлов и драгоценных камней, ювелирных изделий из них и лома таких изделий. Так, отмечено, что сведения в Росфинмониторинг по операциям, подлежащим контролю, в рамках договора скупки представляются скупщиком. Отдельно рассмотрен вопрос и о том, как правильно сформировать сообщение об операции скупки драгоценных металлов и драгоценных камней, ювелирных изделий из них и лома таких изделий.

## О СМЕШАННЫХ ОПЕРАЦИЯХ

Поднят важный вопрос о том, как правильно представить сведения об операции с денежными средствами или иным имуществом, подлежащей обязательному контролю и одновременно признанной подозрительной. Отмечено, что в таком случае формируется сообщение по форме ФЭС 1-ФМ-02 (сведения о подозрительных операциях), в показателе «Код вида операции (сделки)» указывается значение 6001, а в показателе «Дополнительный код вида операции (сделки)» указывается соответствующий код операции, подлежащей обязательному контролю, согласно перечню. При этом в показателе «Код признака необычной операции (сделки)» указывается код признака подозрительной операции в соответствии с приказом Росфинмониторинга от 08.05.2009 №103 «Об утверждении Рекомендаций по разработке критериев выявления и определению признаков необычных сделок».

## ОБ ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛИЕНТОВ

Рассмотрена ситуация и о том, что делать, если клиент в магазине отказывается предоставить свои паспортные данные. Ответ ведомства прост — отказать в обслуживании.

## ОБ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ

Была затронута тема и интернет-торговли. Так, при осуществлении купли-продажи драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных изделий из них и лома таких изделий посредством интернет-магазина организация (индивидуальный предприниматель) обязаны обеспечить должное проведение идентификации клиентов, представителей клиентов, выгодоприобретателей и бенефициарных владельцев клиентов в соответствии с требованиями Федерального закона №115-ФЗ.

Росфинмониторинг рассмотрел и другие важные вопросы. С полным текстом письма можно ознакомиться на сайте ведомства по ссылке: <https://www.fedsfm.ru/news/5316>



# ДОСТОЯНИЕ РОССИИ

## КАК КАЛИНИНГРАДСКИЙ ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ ПРОДВИГАЕТ ЯНТАРНЫЙ БРЕНД

В НЕДРАХ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ТАЯТСЯ БОЛЕЕ 90% МИРОВЫХ ЗАПАСОВ ЯНТАРЯ. ЭТОТ УНИКАЛЬНЫЙ ПРИРОДНЫЙ ДАР ВОЗРАСТОМ 50 МИЛЛИОНОВ ЛЕТ ПО ПРАВУ СЧИТАЕТСЯ НАЦИОНАЛЬНЫМ ДОСТОЯНИЕМ РОССИИ. КАЛИНИНГРАДСКИЙ ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ, УДЕЛЯЯ ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ БАЛТИЙСКОГО САМОЦВЕТА, СПОСОБСТВУЕТ РАЗВИТИЮ ВСЕЙ ЯНТАРНОЙ ОТРАСЛИ



КАЛИНИНГРАДСКИЙ ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ — ЕДИНСТВЕННОЕ В РОССИИ И КРУПНЕЙШЕЕ В МИРЕ ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ПО ДОБЫЧЕ И ПЕРЕРАБОТКЕ ЯНТАРЯ. С 2013 ГОДА ПРЕДПРИЯТИЕ ВХОДИТ В СТРУКТУРУ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КОРПОРАЦИИ «РОСТЕХ»

### ЯНТАРНЫЙ КРАЙ РОССИИ

Калининградский янтарный комбинат основали в 1947 году на базе Кенигсбергской янтарной мануфактуры и поднимали победители в Великой Отечественной войне. Первые переселенцы в образованную годом раньше Калининградскую область стали первопроходцами янтарной отрасли и создателями выдающейся советской, а затем и российской школы художественной обработки солнечного камня.

В недрах Калининградской области сосредоточено свыше 90% мировых запасов солнечного камня. При этом благодаря высокому содержанию янтарной кислоты балтийский самоцвет, в отличие от других янтареподобных смол, прекрасно поддается обработке и позволяет создавать не только самые разные украшения, но и настоящие произведения искусства, самым известным из которых является Янтарная комната.

Добыча янтаря ведется в Приморском карьере. Месторождение находится вблизи поселка Янтарного, расположенного на побережье Балтийского моря. В 2020 году добыто 525 тонн янтаря-сырца, что стало историческим рекордом по объемам добычи в карьере. В среднем на ком-



бинате в последние несколько лет добывают 450–500 тонн янтаря в год. Объемы добычи повышаются благодаря растущему спросу на янтарь и изделия из янтаря.

Балтийский самоцвет стал вполне узнаваемым брендом Калининградской области, и это вкупе с высокой туристической привлекательностью региона способствует росту продаж всех местных производителей янтарной продукции. Прямое влияние на рост популярности солнечного камня оказывает Янтарный комбинат, который продолжает активную политику продвижения янтарного бренда в России и за рубежом.

### ЯНТАРНЫЙ ТУРИЗМ

В 2017 году туристическая деятельность на предприятии была выведена в отдельное направление благодаря созданию доступных для

всех желающих объектов показа. Так, стандартный для промышленных предприятий зал славы, в который можно было попасть только по запросу, превратился в выставочный зал «Янтарная палата», который посещают десятки тысяч туристов в год. Экспозиция представлена уникальными экспонатами — от гигантских самородков до янтарной люстры для Никиты Хрущева.

Модернизированная смотровая площадка Приморского карьера представляет собой культурно-познавательное и развлекательное пространство для отдыха детей и взрослых. Здесь можно не только полюбоваться на янтарный карьер, но и понаблюдать в режиме реального времени за работой ловцов янтаря и шагающих экскаваторов, добыть сокровище в янтарной песочнице и зарядиться энергией в пирамиде, на создание которой ушло более 800 килограммов солнечного камня.

Туристические объекты Янтарного комбината входят в число самых популярных и посещаемых в Калининградской области. В 2019-м на предприятии побывали более 115 тысяч туристов, в 2020 году — порядка 80 тысяч человек, а за девять месяцев 2021 года число посетителей достигло 145 тысяч.

Комбинат не останавливается на достигнутом, понимая, что каждый гость способствует росту популярности янтаря, продолжает развивать направление промышленного туризма. В мае 2021 года в Москве открылось выставочное пространство «Янтарная Галерея». Редкие виды балтийского самоцвета, авторские работы художников предприятия, образцы промышленного производства разной янтарной продукции знакомят жителей и гостей столицы с национальным достоянием России.

Как и туристические объекты в Калининградской области, «Янтарная Галерея» на московском Арбате способствует узнаваемости бренда не только самого предприятия, но и балтийского самоцвета, тем самым помогает развитию всей янтарной отрасли.

## ЯНТАРНЫЙ БРЕНД РОССИИ

Всего несколько лет назад Калининградская область, несмотря на колоссальные объемы добычи, не значилась среди мировых янтарных центров, к которым благодаря развитым отраслям переработки янтарного сырья относятся Польша и Литва. Янтарный комбинат переломил данную тенденцию, став организатором Международного форума янтарной отрасли.

С 2016 года Amberforum собирает в самом западном регионе России тысячи участников — представителей отечественной янтарной отрасли, государственных органов, экспертов, иностранных производителей продукции из балтийского самоцвета и всех тех, кто интересуется янтарем и проблемами развития отрасли.

Форум привлекает и возможностью купить уникальный янтарь весом свыше одного килограмма — в рамках мероприятия проводится соответствующий аукцион. Ярмарка калининградских производителей янтарной продукции, которая проходит в рамках мероприятия, привлекает тысячи туристов, отдыхающих в российской Прибалтике. Насыщенная деловая программа и участие медийных лиц обеспечивает широкое внимание общественности и средств массовой информации.

На 2022 год запланирован юбилейный V Международный форум янтарной отрасли. Калининградский янтарный комбинат приложит все усилия для того, чтобы Amberforum-2022 стал самым ярким событием мировой янтарной индустрии. На предприятии убеждены: янтарь — достояние России, и об этом должен знать каждый.



### АО «КАЛИНИНГРАДСКИЙ ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ»

238580, Калининградская обл., Представительство в Москве:  
пгт Янтарный, ул. Балебина, 1 Ул. Арбат, 23, стр. 1  
Тел. +7 (4012) 31 08 55

mail@ambercombine.ru • www.ambercombine.ru

# СТРАТЕГИЯ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ

ПОШАГОВЫЙ АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ



## Артур Салякаев

Эксперт по продажам в ювелирном ритейле. Основатель международной ювелирной академии IJA и оптово-производственной ювелирной компании UNIPRICE

| [www.ija-academy.com](http://www.ija-academy.com)

**IJA** International Jewellery Academy

МНЕ ВСЕГДА КАЗАЛОСЬ, ЧТО У КАЖДОЙ НАШЕЙ КОМПАНИИ ЕСТЬ СТРАТЕГИЯ. ЭТИМ СЛОВОМ ПРИНЯТО НАЗЫВАТЬ МНОЖЕСТВО АМБИЦИОЗНЫХ ПЛАНОВ, ЦЕЛЕЙ И НАЛИЧИЕ ОРИЕНТИРОВ. ЧТО ЭТО, ЕСЛИ НЕ ОНА САМАЯ? А ЗАТЕМ ОДИН ИЗ НАСТАВНИКОВ ПОСОВЕТОВАЛ МНЕ ПРОСТОЙ ТЕСТ: СПРОСИТЬ У 3-4 СОТРУДНИКОВ, КОТОРЫЕ ОБРАЗУЮТ КОСТЯК КОМАНДЫ, КАКАЯ В ИХ ПОНИМАНИИ У КОМПАНИИ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ НА БЛИЖАЙШИЙ ГОД. И ПРИ ЭТОМ НЕ СОБИРАТЬ ВСЕХ ВМЕСТЕ, А ОПРАШИВАТЬ КАЖДОГО ПО ОТДЕЛЬНОСТИ.

Я ТАК И СДЕЛАЛ

В опросе участвовали коммерческий директор, директор по маркетингу и HR-директор. Их ответы были ясными, это действительно были приоритеты компании. Но вот что стало понятно:

КАЖДЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ  
СМОТРЕЛ НА  
«СТРАТЕГИЮ» ЧЕРЕЗ  
ПРИЗМУ ПРИОРИТЕТОВ  
СВОЕГО ОТДЕЛА

Например, директор по маркетингу видел частью стратегии создание нового сайта и проведение ребрендинга, а коммерческий директор — выход на новые маркетплейсы и рынок HoReCa. Каждый вектор прекрасен сам по себе, однако есть небольшой нюанс: усилия этих руководителей направлены в разные стороны.

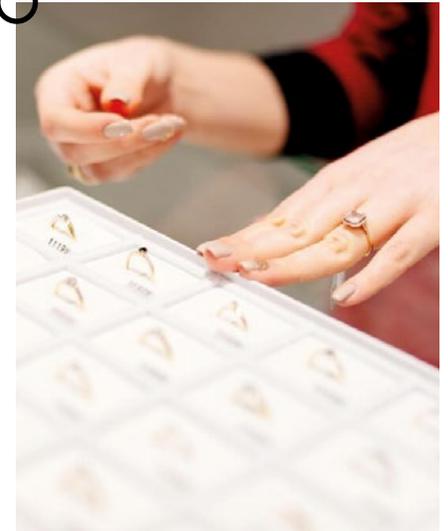
А теперь представим, что коммерческому директору требуется помощь отдела маркетинга в том, чтобы подготовить карточки товаров для нового маркетплейса, а у отдела маркетинга на носу долгожданный ребрендинг. Чувствуете, в воздухе запахло конфликтом интересов?

После этого пришло осознание, что как владельцу мне важно глубоко погрузиться в тему самостоятельно, а затем подключить всех топов. Последний год это было самым важным приоритетом в развитии компании.

Мы изучили все возможные способы разработки стратегии, отработали разные варианты и определили для себя оптимальный путь.

Как итог: ясность мышления всей команды повысилась, в действиях отделов появилась синхронность. На координациях мы говорим об одном и том же, желаем одного и того же — и это стало мощным источником мотивации для меня и топ-менеджеров.

Из этой статьи вы узнаете, как выявить отсутствие стратегии и что важно учесть при ее разработке. Мы поделимся технологией, которая показалась наиболее подходящей с точки зрения здравого смысла (с ней мы познакомились на курсе MBA от компании Practicum Group). За последний год мы провели более 10 стратегических сессий для своих компаний, а также для партнеров из ювелирной отрасли, и готовы поделиться опытом. Приготовьтесь, будет полезно!



## ЯВНЫЕ СИГНАЛЫ ОТСУТСТВИЯ СТРАТЕГИИ

### 1. Руководители спорят, куда направить внимание или бюджет.

В части ключевых аспектов развития нет согласия: вы хотите открыть магазин в Екатеринбурге, а управляющий — в Тюмени; директор по маркетингу считает, что направлять рекламный бюджет надо на таргетированную рекламу, а коммерческий директор делает ставку на развитие кросс-промо и участие в выставках.

### 2. Владелец чувствует себя тревожно, его приоритеты часто меняются.

Первое выражается в мыслях: «Мы плохо развиваемся, у нас стагнация продаж, недостаточно хороший маркетинг, недостаточно хорошие продавцы, не очень хорошо выстроена система управления».

А второе: сегодня мы качаем TikTok, потому что это — будущее, там много взрослой аудитории. Завтра внедряем Scrum, ведь на конференции сказали, что тема огонь. Послезавтра разрабатываем мобильное приложение с бонусной системой. Такие ситуативные вспышки приоритетов не выстраиваются в четкую линию развития, они не отсинхронизированы и не всегда помогают следовать намеченной цели.

### 3. Отсутствие культуры регулярных встреч в отношении стратегии и приоритетов.

Вы не собираетесь раз в неделю и не обсуждаете уровень текущих задач, что было сделано из списка задач стратегического плана: создали новый сайт, загрузили чат-бот, купили лайт-боксы. Если нет тем, которые двигают вас вперед прямо сейчас, то это указывает либо на отсутствие стратегии вовсе, либо на низкую скорость реализации планов.

«Признаться себе, что у тебя нет стратегии, — как-то неловко. Ощущение, будто ты дезориентирован, бесцелен. Как ты команде скажешь: «Ребята, у нас нет стратегии...»? Но если не признать реальность, то движения вперед не будет».

## ДЕЛЕГИРОВАТЬ РАЗРАБОТКУ СТРАТЕГИИ НЕЛЬЗЯ

У одного из партнеров появилась идея делегировать разработку стратегии руководителям: директору по рознице и финансовому директору, чтобы они сами определили общий вектор.

Это интересная мысль, топ-менеджеров обязательно нужно подключать к процессу — но не с самого начала, а примерно с середины. Потому что стратегия — ответственность владельца. Только у него есть реальное видение своего бизнеса, зачем он его строит, какой должна стать компания через три года, пять лет.

Топ-менеджеры могут предложить блестящие способы достижения амбициозной задачи. Но точно не смогут залезть в голову владельцу и сформулировать, куда двигать бизнес: создать ли мультитоварную матрицу, запустить ли франшизу или открыть производство, стать сетью №1 по количеству салонов в городе или стране.

Исключением может стать работа со специалистом по проведению стратегических сессий. Он изучит ожидания владельца, загрузит их как некую отправную точку, а уже потом во время обсуждения команда будет искать расширяющие элементы стратегии.

## РАЗМЕР КОМПАНИИ НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ

Нет такой ситуации, в которой стратегия не нужна. Даже если компания маленькая (один-два магазина или просто аккаунт в соцсетях), у нее точно может быть четкий план развития.

Компании, у которых его нет, надеются на естественный рост и думают: «Это игра для взрослых, а мы пока маленькие. Вот как вырастем, появится совет директоров и куча сотрудников, тогда и будем думать».

Но надо понимать, что в редких случаях большие компании стали такими благодаря естественному росту. Не то чтобы они проснулись как-то раз с утра, а у них уже 1000 человек в команде и прибыль растет. Нет, кто-то в компании задавал направление, говорил, к чему стремиться.

«Стратегия требует внимания. Никто из сотрудников не начнет вдруг заниматься ей просто так — у людей есть горящие задачи: слетела CRM, нужно срочно открыть магазин, написать квартальный отчет. Но если выполнять только их, то о глобальном развитии можно забыть. Поэтому постоянно двигать компанию по пути стратегии — ваша важнейшая задача».



## ЭТАПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Подходы существуют разные, в каждом из них этапы разнятся, причем кардинально. Если у вас достаточно времени, изучите несколько, чтобы рассмотреть все варианты. А если нет, то вот технология, которую выбрали мы, — она логична и понятна, при этом в ней есть аспекты, отсутствующие в других. С октября 2021 года в Международной ювелирной академии IJA станет доступна услуга «Стратегическая сессия для ювелирной компании». Проходить все будет именно по такому сценарию на протяжении двух дней.

### 1. Формирование целей и замыслов бизнеса и владельца.

Важно начать именно с целей владельца, ведь это мощный источник его мотивации. Очень многих предпринимателей вынесло на обочину из-за отсутствия четкой цели. Когда с финансами проблемы, то задаешься вопросом: а это все мне вообще зачем? Весь этот стресс, проблемы? И ответом будет именно искренняя цель, которую необходимо усердно искать, четко формулировать и держать на ней фокус внимания. Она может и поменяться через год — это нормально.

Как правило, цель компании — это проекция цели владельца в рамках предпринимательской деятельности. Проекция его мечтаний, амбиций, веры.

Цель бизнеса — то, куда вы хотите привести компанию, желанное состояние бизнеса. Цель владельца — для чего вы это делаете: каким должен быть путь и итог? Например, цель Международной ювелирной академии IJA — построить крупнейшую международную ювелирную академию для помощи в открытии и развитии ювелирного бизнеса.

Замысел — то, что вы будете делать для достижения цели, образ действий. Замысел Академии IJA звучит так: мы повышаем продажи ювелирных компаний, внедряя инструменты маркетинга, технологии продаж и системного обучения.

### 2. Анализ текущей ситуации. Что сейчас происходит в бизнесе.

Создайте файл в экселе и нарисуйте таблицу «Реальная картина». В ней пропишите несколько заголовков, которые важно держать в фокусе внимания, занимаясь стратегическим планированием: финансы, продажи, маркетинг, ассортимент, команда, салоны. И для каждого раздела выделите по 3-7 ключевых измеримых показателей (для финансов — совокупный валовой доход, средний уровень маржинальности, рентабельность капитала, средний чек и так далее). Заполните таблицу за последний календарный год на основании текущих показателей.

А рядом нарисуйте вторую таблицу «Идеальная картина». Здесь укажите, как все

должно быть, например, через год: какая выручка, сколько салонов, какой маркетинг и другое.

После выделяйте точки, где всплыли самые большие отклонения (в идеале салонов 28, а сейчас три, товароведов должно быть 7, а сейчас ноль), и переходите к следующему этапу.

### 3. Формирование замысла стартового плана. Что следует изменить.

Найдите, из-за чего произошло это отклонение, ответьте себе на вопрос: «Почему так случилось?».

Возможно, причина в отсутствии команды управленцев или оборотного капитала, низких расходах на маркетинг или квалификации продавцов. А бывает, что владельцу не хватает фокуса внимания на регулярный менеджмент.

Найти истинную причину искажения реальной картины от «идеальной» — половина успеха.

Благодаря этому вы осознаете, что следует проработать, на что сделать упор для достижения желаемого результата.

«При формировании стратегии отталкивайтесь от личных ожиданий, а не сравнивайте себя с другими. Потому что для одной компании 15 млн рублей выручки в месяц — успех, а для другой — крах».

## 4. Составление конкретного плана с ресурсами и ответственными.

План в этом случае — официальный документ с подписью, где вы:

- Описываете, почему имеете, что имеете. Это пункт для владельцев.
- Указываете план решения ситуации. Он составляется по итогам мозгового штурма — это список блестящих решений, которые вы нашли.
- Расписываете ресурсный план: сколько времени следует выделять на ежедневное следование стратегии, откуда брать деньги, сколько людей и кто будет нести ответственность за каждое направление.
- Перечисляете перечень программ: группируете задачи по определенным направлениям. Это может быть программа найма сотрудников, программа открытия магазина, программа онлайн-продаж.
- Указываете цель, которой необходимо достичь за конкретный отрезок времени. Мы в Академии решили планировать на год, но все зависит от объема задач и подхода. Если ваша стратегия — выйти в онлайн-продажи, то можно планировать на пять месяцев. А если вы хотите выйти на международный рынок, то, возможно, год и шесть месяцев. Будьте благоразумны, опирайтесь на здравый смысл, чтобы в итоге получить удовлетворение от достижения плана, а не разочарование от неудачи.



## 5. Составление программ — списков задач по направлениям.

На прошлом этапе вы просто перечисляли программы, а здесь создайте подробную таблицу, разделенную на блоки:

- Задачи, объединенные под общими заголовками. Для открытия салона это могут быть организация, оформление и продвижение.

Для Международной ювелирной конференции IJA CONF мы выделили такие пункты: организация (составить финансовую модель, продумать ценообразование, придумать конкурс для менеджеров по продаже билетов и так далее), спикеры (определить состав, собрать информацию и фото, составить график бесплатных вебинаров и далее по списку), оформление (определить стиль конференции, подготовить визуализацию, разработать оффер и прочее), а также выписали задачи по продвижению и партнерам.

Пишите максимально конкретно, чтобы выполнение было легко отследить.

- Ответственные сотрудники. Даже за самую мелкую задачу должен быть ответственный.
- Временные рамки. Пропишите дату старта, а также планируемую и реальную дату завершения задачи.
- Подтверждающие материалы — ссылки на папки с идеями, фотографиями, скринами. Чтобы ничего не потерялось, собирайте все в одном месте.

## 6. Контроль.

Еженедельно проводите аудит по программе задач, чтобы убедиться, было ли выполнено все задуманное на неделю, и что-то скорректировать, если потребуется.

У нас по каждой программе назначен специалист, который администрирует выполнение плана и смотрит, насколько качественно все выполняется. И раз в неделю я созваниваюсь с ним, дабы убедиться, что мы движемся в правильном направлении. Если ответственный сотрудник болеет или не может присутствовать по каким-то причинам, задача делегируется другому, так как пропускать аудиты нельзя. Это позволяет не откладывать задачи на завтра.



Наличие стратегии поможет вашему бизнесу расти: повысит уровень упорядоченности действий команды, задаст верные ориентиры и сформирует четкий образ компании в головах сотрудников. Если у вас все еще нет плана, пора заняться этим — и начать необходимо с себя.

Проведите в компании тест, о котором рассказано в самом начале статьи, и проанализируйте, действительно ли вы двигаетесь туда, где желаете оказаться. Сами определите, каким должен стать ваш бизнес. Пропишите цель и замысел, свой собственный и компании в целом. А затем переходите к делу, выберите подход (вышеописанный или другой) и двигайтесь шаг за шагом, последовательно, но уверенно.

**ДЕЛАЙТЕ БИЗНЕС ЯРКО,  
ОНО ТОГО СТОИТ!**

# ТЕСТИРУЕМ БИЗНЕС-ГИПОТЕЗЫ В ЮВЕЛИРНОЙ КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

## ТОП-10 ГИПОТЕЗ ДЛЯ ТЕСТА НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ



### Елисавета Тихонова

Руководитель онлайн-направления ювелирного бренда Diamare

Сооснователь онлайн-школы по выходу на маркетплейс MPOWR

Тел. +7 925 041 5901

YouTube: «Лисавета про Wildberries»

Instagram: @mpowr\_wildberries

www.mpowr.ru

ВВЕДЕНИЕ. ЧТО ТАКОЕ ГИПОТЕЗЫ И ЗАЧЕМ ИХ ТЕСТИРОВАТЬ?

**К**аково ваше отношение к ошибкам? Как часто вы пробуете, тестируете какие-то предположения, не ожидая, что они окажутся правильными и принесут прибыль? Сколько товаров ваша компания вывела на маркетплейс без ожидания, что они должны сразу «взлететь»? Сколько фотографий вы сменили, до того как поняли, что именно эта — самая продающая? В этой статье мы поговорим о тестировании бизнес-гипотез при торговле на маркетплейсах и выведем 10 гипотез, которые вам точно стоит проверить.

Первое, с чего мы начнем, — это разберемся с понятием гипотезы.

Гипотеза в бизнесе — это предположение о результативности какого-то изменения или внедрения, которое может оказаться ложным или найти подтверждение. Чаще всего гипотеза формулируется следующим образом: «Если мы внедрим инструмент X, то получим Y», но возможны и другие формулировки.

Тестирование гипотез необходимо для того, чтобы компания или проект могли двигаться быстрее в современных условиях постоянных изменений рынка и предпочтений потребителей. Самонадеянно полагать, что любое действие со стороны компании обязательно приведет к положительному результату, и даже если приведет, мы никогда не узнаем, что, вероятно, существовал более эффективный (с точки зрения прибыльности) вариант исполнения.

### ИНСТРУМЕНТАРИЙ ДЛЯ ТЕСТИРОВАНИЯ ГИПОТЕЗ

После того как мы узнали, что такое гипотеза и зачем ее необходимо тестировать, возникает логичный вопрос — как это делать. Для этого существует проверенный подход — HADI цикл: инструмент, который позволяет создать гипотезу, отследить ее влияние на тот или иной важный для вашей компании показатель и сделать выводы о масштабировании этого ключевого действия или формирование новой гипотезы.

Аббревиатура HADI описывает каждый этап работы с гипотезой:

- **H** — Hypothesis. Постановка гипотезы и определение метрик (показателей), на основании которых мы можем оценить результативность нашего предположения. Например: «Если мы добавим в фотокарточку товара фотографию на модели X/Y/Z, то это повысит конверсию в корзину на 2%».
- **A** — Action. Проверка гипотезы, то есть непосредственное действие. В примере, рассмотренном выше, действием можно считать проведение фотосессии для 10 ювелирных изделий на трех девушках-моделях и дополнение карточек товаров новыми фотографиями.
- **D** — Data. Сбор данных на основании действия. На Wildberries проверить увеличение конверсии

в корзину мы не можем, однако можем это сделать на Ozon в разделе аналитики. Альтернативные способы проверки — получить обратную связь от ваших клиентов через опрос в Instagram или другие каналы связи.

- 1 — Insight. Формирование выводов и их анализ. Какая модель и ракурс понравились целевой аудитории больше всего, насколько увеличилась конверсия в корзину? Можно задать себе параллельный вопрос: «Как повлияет добавление фотографий сразу на нескольких моделях на конверсию в корзину?»

Одно из главных, с моей точки зрения, преимуществ работы с тестированием гипотез — это отсутствие самого понятия «ошибка» и совершение большого количества действий, которые в моменте анализируются. Одно из таких действий может оказаться ключевым для развития вашего проекта и формирования отличительной особенности от других продавцов на маркетплейсах.

## ТОП-10 ГИПОТЕЗ ДЛЯ ТЕСТА ПРИ ТОРГОВЛЕ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ ЮВЕЛИРНЫМИ УКРАШЕНИЯМИ

Перейдем к самому интересному — топ-10 направлений для формирования гипотез, которые вы можете проверить в рамках своего проекта по торговле на маркетплейсах ювелирными украшениями.

### 1. Поменять заглавную картинку в карточке товара

Главная картинка, которая стоит в карусели фотоконтента в вашей карточке товара, определяет второй этап воронки — сколько посетителей сайта маркетплейса перейдет внутрь вашей карточки товара (напомню, что первый этап — это количество посетителей сайта, которые увидели вашу карточку товара в каталоге или в выдаче по ключевому запросу). Если первая фотография ничем не «цепляет» посетителя и не создает интерес узнать больше про изделие, то мы заранее снижаем вероятность покупки. Вероятно, вторая и последующие фотографии, видео, описание в вашей карточке на высоте, но потенциальный покупатель даже не узнает об этом, ведь он не зайдет внутрь карточки. Вы можете протестировать смену фотографии, нанесение иконок, названия изделия или название вставки — любой акцент, который по вашему предположению должен зацепить взгляд клиента. Ниже представлены актуальные примеры оформления заглавной картинки в карточке товаров серебряных и золотых украшений.

### 2. Добавить или поменять видео

Вторая гипотеза также связана с визуальным сопровождением вашего товара — в этом случае с видео. Наличие видео в карточке товара стопроцентно увеличивает конверсию в покупку, ведь вы предоставляете клиенту возможность ознакомиться с товаром со всех сторон, получить более качественный клиентский опыт. Гипотеза может заключаться в тестировании различных видов видео, например, на вращающейся подставке, в руках, на модели, видеораспаковка, способ применения.

### 3. Добавление и изменение ключевых слов

Ключевые слова — это слова или словосочетания, которые посетитель сайта вводит в поисковую строку для поиска необходимого ему товара. Важность наличия ключевых слов в карточке товара можно понять из статистики Ozon — на маркетплейсе 84% людей ищут товары именно через поиск, а не через категорию или акции.

Самый логичный алгоритм ранжирования карточек товаров по определенному запросу — это наличие этого запроса внутри карточки товара. Именно поэтому важно

добавить все возможные ключевые слова разной частотности в название товара, описание, характеристики.

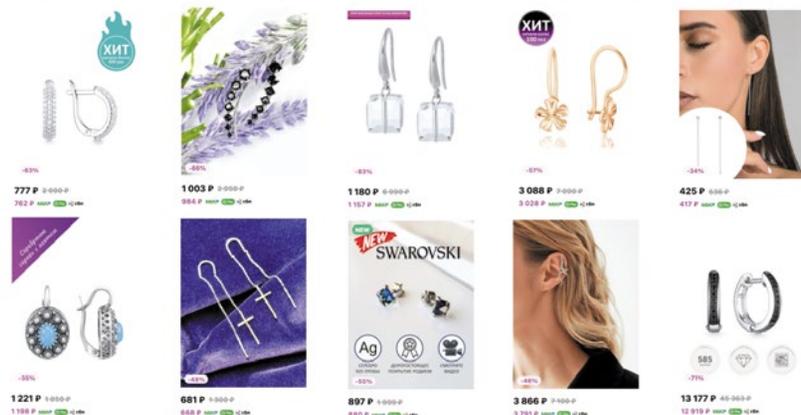
### 4. Изменение названия карточки товаров

Эта гипотеза напрямую связана с предыдущей — изменить название карточки товара с использованием ключевых слов, по которым клиент потенциально ищет ваш товар. При этом у вас есть всего 99 символов для указания самых целевых и высокочастотных запросов, а также близких синонимов (например, слова «пусеты» и «гвоздики»). Попробуйте создать или изменить название карточки товара для 10–15 ювелирных изделий и посмотрите, как изменилась позиция в выдаче по упомянутым ключевым словам. Лайфхак — название карточки товара можно сменить только в приложении «WB Партнеры», этого нельзя сделать в web-версии личного кабинета.

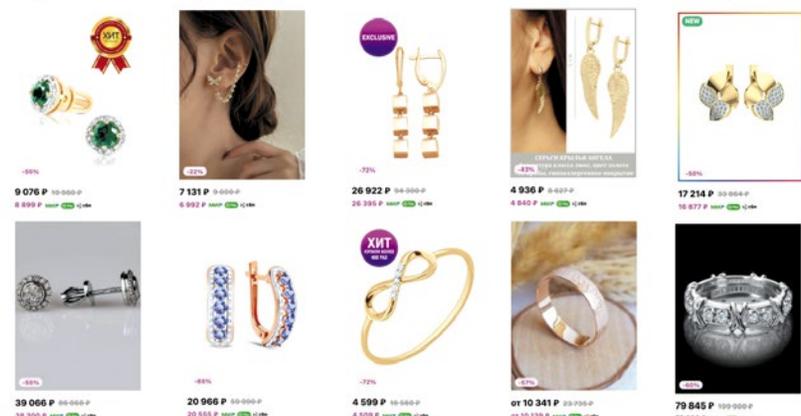
### 5. Изменить цену, скидку или назначить промокод

Часто я наблюдаю ситуацию, что в рамках одного бренда на все карточки товаров установлена единая скидка, например 55%. Такая ситуация отрицательно влияет

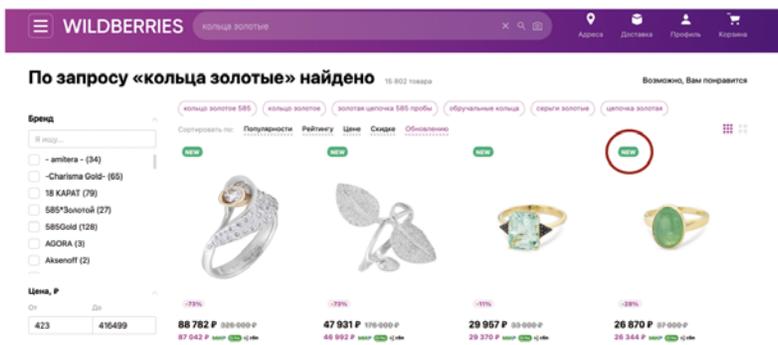
#### Примеры заглавной фотографии на Wildberries в категории серебряных украшений



#### Примеры заглавной фотографии на Wildberries в категории золотых украшений



### Пример топа выдачи по сортировке по обновлению на Wildberries по запросу «кольца золотые»



на потребительский опыт, так как клиент чувствует, что скидка была предоставлена номинально. Минимум, который мы можем сделать для улучшения, — это установить скидку в некотором диапазоне, например от 50 до 60%, и случайно присвоить скидку всем вашим карточкам товаров. Протестируйте гипотезу, какой диапазон наиболее эффективен для увеличения ваших продаж. Не забывайте назначать и снимать дополнительный промокод, изменять скидку и участвовать в акциях. Иногда незначительное увеличение цены никак не влияет на количество заказов, при этом вы получаете большую маржинальность.

#### 6. Отгрузить новый товар в ваш бренд

Создание новых карточек товаров и отгрузка новинок — это важная часть стратегии масштабирования на маркетплейсе. Помимо того что вы тестируете спрос на различные модели ювелирных украшений, вы также получаете органическое продвижение за счет инструмента «сортировка по обновлению». Некоторая часть посетителей маркетплейса при поиске товара руководствуется не сортировкой по самым популярным товарам, которая стоит по умолчанию, а «по обновлению», и здесь карточка товара вашего бренда без усилий может оказаться в топе выдачи. Кроме того, все новые товары получают дополнительную иконку «new», которая создает дополнительный интерес у посетителей сайта. Протестируйте, как влияет добавление новых карточек товаров на объем ваших заказов и выкупов.

#### 7. Добавить размер

Наличие ходового или полного размерного ряда напрямую влияет на позицию вашего товара в выдаче по ключевым словам или в каталоге. Логика простая — чем больше размеров доступно у изделия в карточке товара, тем большее количество посетителей сайта смогут приобрести украшение. Попробуйте отгрузить на склад маркетплейса размерный ряд, который пользуется

максимальным спросом. Советую отгружать хотя бы 2 единицы изделия на размер, чтобы, когда размер купили, вы успели быстро сделать подсортировку.

#### Расширить количество категорий

Каждая карточка товара по умолчанию принадлежит 1–2 категориям, например «ювелирные изделия» и «серьги». Однако существуют такие категории, как «подарки женщинам», «комплекты», «украшения из серебра», «подарки любимой». Добавить карточку товара в новые категории можно через заполнение соответствующих характеристик в спецификации в личном кабинете. Результат расширения количества категорий — получение дополнительного трафика на ваши карточки товаров.

#### 8. Протестировать внешнюю рекламу

Цель любого вида рекламы — создание дополнительного целевого трафика на ваш бренд или карточку товара, и тогда при прочих равных вы должны начать получать дополнительные заказы и продажи. Внешний трафик можно привести с помощью работы с блогерами, таргетированной рекламы, создания видео на YouTube или рекламы внутри видеообзоров, переходов с официального сайта на маркетплейс, со-

циальных сетей и так далее. Протестируйте множество гипотез, каждая из которых будет связана с одним из способов внешней рекламы, сравните результаты и выберите наиболее эффективные.

#### 9. Протестировать внутреннюю рекламу

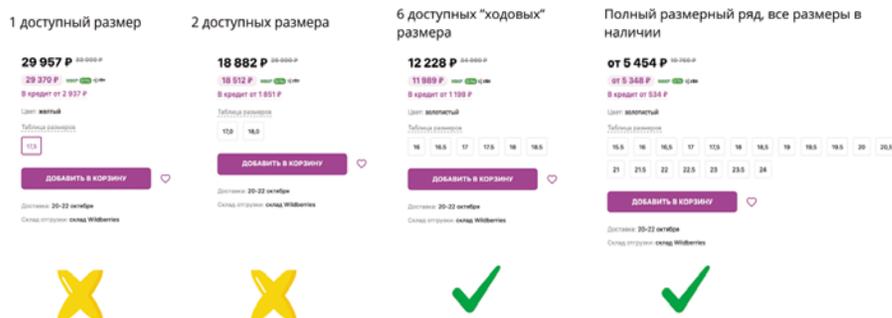
Внутренняя реклама в личном кабинете маркетплейса — это всегда платная реклама, которая переводит существующий трафик маркетплейса на ваш бренд или карточку товара. Внутренняя реклама включает в себя участие в акциях, поисковую рекламу, рекламу в каталоге, рекламу в разделе сайта и в карточках товаров конкурентов. Как и в случае с внешней рекламой, протестируйте каждый из способов внутренней рекламы, сделайте выводы и продолжайте работу с наиболее эффективными инструментами.

### ВМЕСТО ВЫВОДА

Итак, в этой статье мы разобрались с понятием гипотезы и инструментом тестирования — HADI циклом, который вы можете применить к любому проекту, бизнесу или даже в жизни. Мы также перечислили топ-10 направлений для теста гипотез на маркетплейсах, и каждое направление может включать в себя неограниченное количество предположений, которые вы можете протестировать.

Основываясь на тестировании гипотез с минимальными инвестициями на проверку предположений, вы можете понять, что работает для вашей целевой аудитории. Конечно, проверять гипотезы и постоянно предпринимать какие-то действия сложнее, чем сделать решение один раз и больше не возвращаться к этому вопросу, но такой подход может привести к быстрому устареванию ваших результатов. Начните мыслить в рамках тестирования гипотез, и вы никогда не будете совершать ошибок!

### Пример карточек товаров с различным ассортиментным рядом в категории золотые кольца на Wildberries



# «ДРАГМЕТКОНСАЛТ»

## ЗАВЕРШИЛСЯ ПЕРВЫЙ ЭТАП ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ ГИИС ДМДК – ПОСТАНОВКА НА СПЕЦИАЛЬНЫЙ УЧЕТ В СИСТЕМЕ. ВРОДЕ БЫ ПРОСТОЙ ЭТАП, НО НЕ ВСЕ ПРОШЛИ ЭТО ИСПЫТАНИЕ

Одни ювелиры вообще не слышали о необходимости регистрации в ГИИС. Другие прекратили деятельность в период пандемического кризиса. Третьи зарегистрировались в ГИИС (открыли личный кабинет) и, предположив, что в этом и состоит вся регистрация, заявление о постановке на спецучет не подали. При этом многие ювелиры с большим трудом работают на компьютере, а для работы в ГИИС вынуждены проделывать непосильные для них манипуляции.

Однако, несмотря на трудности, у ГИИС появился и первый положительный момент. 20.09.2021 было опубликовано Письмо Росфинмониторинга №63, которое дает право представлять в Росфинмониторинг исключительно сведения о платежах за товар (операции с денежными средствами) при условии внесения в ГИИС ДМДК сведений об обороте ДМ, ДК, ювелирных изделий и лома таких изделий, связанном с их поступлением или отчуждением (реализацией/отгрузкой). А впереди новый этап – подача через личный кабинет на сайте ГИИС заявлений и документов на выдачу лицензий.

Напомним, что согласно Федеральному закону № 282-ФЗ юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществлявшие деятельность:

- по обработке (переработке) лома и отходов ДМ;
- по скупке у физических лиц ювелирных и других изделий из ДМ и ДК, лома таких изделий,

обязаны получить лицензию на осуществление этих видов деятельности либо прекратить их осуществление не позднее 01.01.2022.

В соответствии с порядком лицензирования указанных видов деятельности, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 12.09.2020 №1418, лицензионными требованиями, предъявляемыми к соискателю лицензии, а также к лицензиату являются в том числе наличие:

- не менее одного работника, имеющего высшее или среднее профессиональ-

ное образование по направлению подготовки «Технологии материалов» или дополнительное профессиональное образование по программе повышения квалификации (не менее 72 часов) в области лицензируемой деятельности (переработка ЛОДМ) или имеющего стаж работы в области лицензируемой деятельности не менее одного года;

- не менее одного работника, имеющего высшее образование по направлению подготовки «Товароведение», или среднее профессиональное образование по направлению подготовки «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров», или дополнительное профессиональное образование по программе повышения квалификации (не менее 72 часов) в области лицензируемой деятельности (скупка) или имеющего стаж работы в области лицензируемой деятельности не менее одного года;

- системы учета, хранения и обеспечения сохранности ДМ.



Анастасия Фадеева  
Генеральный директор,  
ООО «ДРАГМЕТКОНСАЛТ»

*А вы готовы к лицензированию? Ваши сотрудники имеют необходимый уровень образования? У вас разработана Инструкция, регламентирующая порядок учета, хранения и обеспечения сохранности ДМ?*

**Консультационный центр «ДРАГМЕТКОНСАЛТ» приглашает на вебинары по программам повышения квалификации:**

- «Технологии материалов. Свойства и применяемость ДМ. Источники образования ЛОДМ на предприятиях в зависимости от технологий их применения. Организация работ по переработке ЛОДМ»;
- «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров. Экспертиза ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней».

**«ДРАГМЕТКОНСАЛТ» также предлагает разработать Инструкцию под специфику вашей работы.**

ПРИГЛАШАЕМ ВСЕХ К СОТРУДНИЧЕСТВУ

+7 911 92-92-095, +7 904 61-77-505  
info@dmetconsult.ru

Подробные программы вебинаров, даты их проведения, а также полный перечень услуг вы найдете на нашем сайте [www.dmetconsult.ru](http://www.dmetconsult.ru)

# ПРИЗ НА МИЛЛИОН

КАК И ДЛЯ ЧЕГО СЕТЬ «585\*ЗОЛОТОЙ»  
ПРОВОДИТ КОНКУРСЫ И ДАРИТ ПОДАРКИ



## Андрей Шляев

директор по маркетингу  
и продажам федеральной  
франчайзинговой сети  
«585ЗОЛОТОЙ»

ЮВЕЛИРНОЙ СЕТИ «585\*ЗОЛОТОЙ» В 2021 ГОДУ ИСПОЛНЯЕТСЯ 21 ГОД. В ДЕНЬ СВОЕГО РОЖДЕНИЯ КОМПАНИЯ ПОДАРИЛА 13-МИЛЛИОННОМУ КЛИЕНТУ ПОЖИЗНЕННЫЙ АБОНЕМЕНТ НА УКРАШЕНИЯ. ЗА СВОЮ ИСТОРИЮ ЮВЕЛИРНЫЙ РИТЕЙЛЕР ПРОВЕЛ ТЫСЯЧИ КОНКУРСОВ И РОЗЫГРЫШЕЙ, ВРУЧИЛ МИЛЛИОНЫ ПОДАРКОВ. В КОМПАНИИ РЕШИЛИ ВСПОМНИТЬ КРУПНЕЙШИЕ КОНКУРСЫ И РАССКАЗАТЬ, ДЛЯ ЧЕГО БРЕНДУ ТАКИЕ МЕХАНИКИ



Подарок выиграла Алена Постнова, воспитатель детского сада из поселка Новинки под Нижним Новгородом. Теперь каждый год в день рождения сети она будет получать от «585\*ЗОЛОТОЙ» сертификат на украшения.

*«В «585\*ЗОЛОТОЙ» я пришла за цепочкой для сына, не подозревая о дне рождения сети — выбирала магазин по цене изделия. Никогда не выигрывала ничего в своей жизни — и тут такой сюрприз! Даже поверила не сразу, а потом невероятно обрадовалась. Буквально летела домой, чтобы поделиться этой новостью с родными! Я очень благодарна сети «585\*ЗОЛОТОЙ» за такой подарок, желаю компании процветания и благополучия! Теперь каждый год я буду праздновать вместе с сетью «585\*ЗОЛОТОЙ», — поделилась Алена.*

## ПОДАРКОВ МНОГО НЕ БЫВАЕТ

Компания традиционно дарит множество подарков: это ювелирные презенты без покупки, призы за участие в конкурсах, подарочные сертификаты на новую продукцию и многое другое.

Главные задачи, которые решают такие механики: приводить новых клиентов, поддерживать лояльность к бренду, знакомить с новым товаром. Одна из самых популярных —

это подарок без покупки. Ежегодно в кросс-промоакциях и для привлечения дополнительного трафика сеть «585\*ЗОЛОТОЙ» дарит более 1 300 000 украшений.

В онлайн-коммуникациях сеть «585\*ЗОЛОТОЙ» часто использует удобный и понятный клиенту формат подарка — электронный сертификат на покупки. Номинал таких сертификатов варьируется от 500

до 10 000 рублей в зависимости от механики; дарит их компания за победу в многочисленных конкурсах, а также за предоставленный пользователями контент (фото или отзыв). За год во всех группах своих соцсетей компания выдает около 3000 подарков на общую сумму свыше 5 000 000 рублей.

Такой подход окупается: количество подписчиков в соцсетях ежегодно увеличивается на 21 процент. А сумма выручки на одного подписчика только за счет контента выросла за последний год на

66,5 процента. На конкурсный контент в сети «585\*ЗОЛОТОЙ» приходится довольно большая доля постов — в неделю компания проводит несколько конкурсов в каждом своем аккаунте (всего же аккаунтов только в Instagram более 10).

Конкурсы — своеобразный лид-магнит для набора и удержания аудитории. Они помогают подписчикам взаимодействовать со страницей бренда с помощью лайков и комментариев. А это снижает стоимость привлечения новых клиентов.

## «СВАДЬБА, СВАДЬБА, КОЛЬЦА, КОЛЬЦА»

Тем, кто покупает обручальные кольца, сеть «585\*ЗОЛОТОЙ» дарит тематические подарки — свадебные путешествия или организацию самого торжества. Для участия в одной из акций нужно было приобрести обручальные кольца в определенный период. Розыгрыш с очень большим выигрышем — инструмент, увеличивающий конверсию. Крупный приз — дополнительная ценность вашего продукта и весомый аргумент в пользу вашего бренда.



**Анастасия из Новосибирска выиграла 200 000 рублей на организацию свадьбы:** «Благодаря подарку от «585\*ЗОЛОТОЙ» мы смогли все сделать так, как задумывали, и воплотить мечту об идеальном торжестве, свадьба прошла просто замечательно».

**Ксения из Петербурга также выиграла 200 000 рублей на организацию свадьбы:** «Идея сети «585\*ЗОЛОТОЙ» помочь молодым людям с их первым вкладом в семейную жизнь — просто прекрасная. Ведь организация свадьбы — очень затратное мероприятие. Благодаря подарку мы смогли пригласить профессионального свадебного организатора, и торжество прошло отлично».

**Полина из Краснодара выиграла 200 000 рублей на организацию свадьбы:** «Благодаря сети «585\*ЗОЛОТОЙ» наша свадьба прошла великолепно! Так как о выигрыше мы узнали всего за неделю до торжества, все уже было подготовлено и заказано. Поэтому мы пришли в ресторан и поменяли меню с простого на самое шикарное. На свадьбе у нас было 20 человек, и все 200 000 рублей пошли на банкет. Так что он был просто невероятный и запомнился всем. Было особенно приятно, что на нашу свадьбу приехали представители компании «585\*ЗОЛОТОЙ», чтобы поздравить нас. Они вручили нам и всем гостям подарки — шкатулки для украшений. Это было очень трогательно».

## СЕТЬ «585\*ЗОЛОТОЙ» РАЗЫГРАЛА СРЕДИ СВОИХ КЛИЕНТОВ ДАЖЕ КВАРТИРУ



**Победил военнослужащий из Петрозаводска.** «Когда продавец предложила сохранить чек со специальным кодом, я даже не поверил, что это реальная история, ведь я никогда ничего не выигрывал. Благодаря сети «585\*ЗОЛОТОЙ» я смог значительно улучшить жилищные условия и приобрести двухкомнатную квартиру в родном Петрозаводске. Удивительно, что мне могло так повезти», — поделился Семен.

Все большие розыгрыши повышают лояльность клиентов к бренду. Но это работает только в том случае, если компания честно, как сеть «585\*ЗОЛОТОЙ», показывает, что подарки достаются реальным людям.

## ЧТОБЫ ОНА СКАЗАЛА «ДА!»

Сеть «585\*ЗОЛОТОЙ» однажды поучаствовала в подготовке помолвки и помогла молодому человеку из Санкт-Петербурга организовать романтическое и незабываемое предложение руки и сердца прямо в разгар напряженного хоккейного матча. Когда Александр с невестой пришли посмотреть игру любимой команды, девушка точно не ожидала, что этот вечер закончится настолько неожиданно. Ювелирная сеть и представители хоккейного клуба все организовали: в перерыве на всех экранах появилось изображение влюбленных, молодой человек встал на одно колено, а символ команды Конь-огонь принес заветную коробочку с кольцом и букет для невесты.

Александр, клиент сети «585\*ЗОЛОТОЙ»: «Я долго думал, как сделать Анне необычное предложение. Сеть «585\*ЗОЛОТОЙ» и хоккейный клуб СКА помогли реализовать нашу помолвку. Моя невеста ничего не подозревала до тех пор, пока камеры не вывели на огромные экраны под куполом наши изображения. Она точно такого не ожидала и сказала «Да!».

Сеть «585\*ЗОЛОТОЙ» подарила обручальные кольца и свадебные аксессуары для невесты. Недавно у пары состоялась свадьба.

Продажа обручальных, свадебных и помолвочных колец — один из основных видов деятельности компании. Ювелирная сеть активно развивает формат магазинов под названием «Центр свадебных колец». Акция с организацией помолвки была призвана поддержать продажи и предстоящие открытия новых торговых объектов.

\*\*\*

Подарки, конкурсы и розыгрыши занимают большую часть в общей коммуникационной стратегии сети «585\*ЗОЛОТОЙ». И главная цель таких инструментов — лояльность клиентов, которая выражается в их вовлеченности в жизнь бренда. А конкурсы с крупными призами или небольшие сувениры даже без покупки отлично подходят для достижения этой цели.

# СТРУКТУРА ПРОДАЮЩЕГО ПРЯМОГО ЭФИРА

## В ЮВЕЛИРНОМ БИЗНЕСЕ



### Виктор Субботин

Маркетолог. Ювелирный рынок b2b, b2c, o2o. Стратегия и управление

+7 (905) 150-16-24

[www.meconnect.ru/saturday](http://www.meconnect.ru/saturday)

e-mail: [Sidea@mail.ru](mailto:Sidea@mail.ru)

*«Я ВСЕ-ТАКИ БОЛЬШЕ ВСЕГО ЛЮБЛЮ ПРЯМОЙ ЭФИР. ПОТОМУ ЧТО ЭТО ЖИЗНЬ. ПОТОМУ ЧТО ТЕ ВОПРОСЫ, КОТОРЫЕ ЗАДАЮТСЯ, ПОТОМ НЕ ВЫРЕЖЕШЬ ГЛАЗА ЧЕЛОВЕКА. ПОТОМУ ЧТО ТЫ НЕ СОВРЕШЬ В ЭТУ КАМЕРУ — ОНА РАЗДЕВАЕТ. И ВОТ САМОЕ ИНТЕРЕСНОЕ ЗРИТЕЛЯМ — СМОТРЕТЬ, КАК ТАМ ЧТО-ТО ЗАБЕГАЛО (ПОКАЗЫВАЕТ НА ГЛАЗА)».*

ВЛАДИСЛАВ НИКОЛАЕВИЧ ЛИСТЬЕВ

Все больше социальных сетей, онлайн-площадок, стриминговых сервисов предоставляют возможность организации и проведения прямого эфира. На настоящий момент — это самый «живой» вариант общения с целевой аудиторией из всех дистанционных форматов. В целом видео live, reels, shorts из года в год приобретают все большую популярность. Аккаунты без активных сторис уже воспринимаются покупателями как мертвые, они не надеются быстро получить в них ответ на вопрос о товаре или об условиях доставки и оплаты. Простых видеопостов и сторис для организации продаж тоже недостаточно. Покупатели хотят видеть продавца.

## ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОВЕДЕНИЯ ПРЯМОГО ЭФИРА

- Площадка сообщит о начале прямого эфира пуш-сообщением в социальной сети всем вашим подписчикам.**
  - Можно пригласить к просмотру эфира аудиторию из ваших контактов (или из контактов на рабочем устройстве).
  - Сообщение об эфире будет в первых уведомлениях о новых видео.
  - Вы сможете поделиться интересной информацией и рассказать о своем товаре больше и легче, чем в историях.
  - Сможете сделать рекламу более нативной.
  - Общение с целевой аудиторией, обратная связь, ответы на вопросы.
  - Покажет активность вашего аккаунта для целевой аудитории.

## ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЯМОГО ЭФИРА

### Организовать место для эфира.

**Ноутбук.** С него возможно организовать трансляцию в социальную сеть «ВКонтакте». Делается это при помощи установки дополнительных приложений для передачи потокового видео. На ноутбуке можно смотреть тот эфир, который ведете вы, и видеть со стороны, как он проходит. Удобно отслеживать вопросы и сообщения в чате. Стоит на столе, если есть возможность поднять ноутбук так, чтобы его фронтальная веб-камера была на уровне глаз ведущего. В целом удобно, но на смартфоне или планшете легче организовать подключение и выйти в эфир. Установка дополнительных приложений не требуется, только сами социальные сети, в которые планируется трансляция.

**Смартфон.** Здесь предстоит выбрать из двух вариантов съемки. На фронтальную камеру — удобно, вы видите себя и то, как зритель видит демонстрируемые товары. Качество съемки ниже, чем на основную камеру. Рекомендую вести запись на основную камеру смартфона, она гораздо технологичнее фронтальной, лучше фокусировка, разрешение, часто есть стабилизация. Такой формат подходит, если у ведущего эфира есть второе устройство для просмотра картинки, уходящей зрителям, или зеркало, отражающее экран смартфона, запись ведем на фронтальную камеру. Смартфон обязательно должен быть закреплен в крепление с лампой (блогерский круговой свет).

Выходим в эфир в ВК (или YouTube, Zoom, Skype и др.) с ноутбука, затем в Instagram

(или TikTok, FaceBook, Telegram и другие) со смартфона. По-возможности использовать хороший уровень сигнала Wi-Fi. Ноутбук желательно подключить к интернету через кабель. Все устройства должны быть заряжены и находиться в зоне уверенного приема интернета.

Центральный канал, на который ведем работу, — камера смартфона, например с трансляцией в Instagram.

Необходимо оборудование для демонстрации украшений (подложка темного цвета или плотный картон темного цвета). В ходе демонстрации подносим украшение к камере смартфона, через которую ведется основная трансляция. Старайтесь зафиксировать украшение перед камерой на минимальном фокусном расстоянии и уменьшить перемещения украшения.

**О звуке.** Современные смартфоны и ноутбуки позволяют записывать звук в достаточно хорошем качестве, которого хватает для ведения прямого эфира. Единственное, нужно убедиться в отсутствии посторонних шумов и низком уровне общего звукового фона. Если трансляция идет в большом магазине, попробуйте найти максимально тихое место и положите мягкий предмет (подушку, мягкую игрушку) рядом с записывающим звук устройством (атрибут не должно быть видно в кадре). Или используйте петличный микрофон или наушники-гарнитуру.

### Провести прямой эфир на тестовом аккаунте.

Создайте тестовый аккаунт в социальной сети, без подписчиков среди целевой ау-

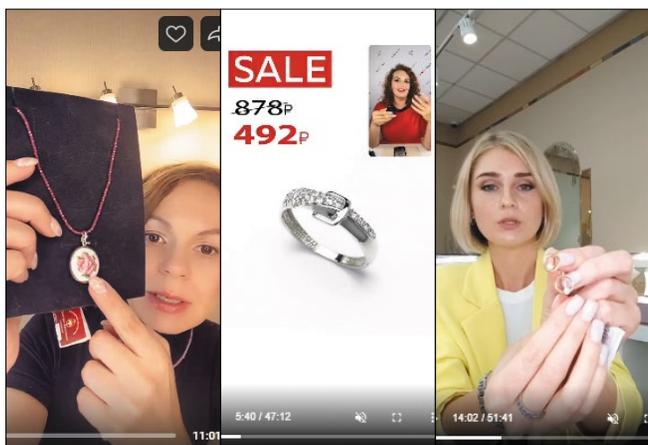
дирекции. Оцените качество картинки и звука на нем перед трансляцией. Попробуйте продемонстрировать товары и оценить, насколько хорошо они считываются зрителями.

### Подготовиться к демонстрации товаров.

В «яблочных» устройствах есть возможность демонстрации фото и видео из галереи смартфона непосредственно во время прямого эфира. Можно отойти от демонстрации украшений на камеру и создать предварительные заготовки видео— и фотоматериалов. В ходе эфира вы будете только рассказывать об украшениях и добавлять в трансляцию фото и видео из галереи. Можно размещать на видео акционную информацию, цены и призывы к заказу.

### ХОД И СХЕМА ВЕДЕНИЯ ПРЯМОГО ЭФИРА

1. Прогрев. Обязательно заранее (от 1 недели до 3 дней) проведите на площадках бренда «прогрев аудитории». Запустите голосование на выбор темы для прямого эфира. Выберите совместно с аудиторией удобное время для начала трансляции. Создайте объявление с темой эфира, датой и временем проведения и запустите его на рекламу. От качества прогрева и охватов, которые этот ролик успеет получить на рекламе, будет зависеть количество зрителей на эфире.
2. Подключение, приветствие, ожидание подключения участников.  
Во время вступительной части проверяем звук, картинку и возможность оставлять комментарии. Паузу ожидания можно заполнять анонсом того, что будет в эфире, этот блок можно повторить несколько раз. Провести переключку по городам. Старайтесь вывести зрителей на комментарии — это повысит вовлеченность в трансляцию. Блок продолжительностью до 5 минут.
3. Анонс того, что будет в эфире (тема эфира, возможность бронирования, конкурс, ответы на вопросы). Объяснение процедуры бронирования украшений: «напишите слово «бронь» в комментарии, после эфира менеджер с вами свяжется и детально обсудит все детали». Конкурс зачастую проводится на лучший комментарий, поступивший за время прямого эфира. Финальный блок — ответы на вопросы и подведение итогов конкурса.
4. О спикере. Краткая информация об опыте работы в продажах ювелирных украшений. Подчеркнуть экспертность в заявленной теме эфира.



5. Основная часть — демонстрация украшений по теме эфира. Характеристики украшений, примерка (по желанию) товаров, которые быстро и легко можно показать на модели (кольцо, браслет и колье (не застегивая) и т.д.). Если планируется примерка в эфире, то перед эфиром нужно обязательно попробовать заранее примерить украшение, понять особенности работы замка, убедиться в корректном размере. Если возникают сложности с примеркой, то достаточно будет демонстрации украшения в руках или с использованием темной подложки.
6. Обязательно в ходе эфира задавать аудитории уточняющие вопросы (слышно ли меня, видно ли украшения, уточнять «что-то показать повторно», «стоит ли рассказать подробнее»). Предлагать зрителям ставить цифру в комментариях вместо «да» или присылать эмоджи огонек или смайл.
7. Призывать писать в комментарии «бронь» для того, чтобы менеджер за рамками эфира связался и обсудил возможность заказа и выкупа украшения.
8. Призывать задавать вопросы, на которые вы дадите ответы в конце прямого эфира. Напоминайте, что победитель получит подарок за наиболее интересный вопрос (можно рассказать о подарке, если он действительно стоящий).
9. Не отвлекаться на вопросы по ходу прямого эфира. В конце эфира делается небольшая пауза для знакомства с вопросами либо ассистент по проведению эфира отбирает стоящие вопросы и передает их ведущему через удобный мессенджер. Вопросы читаются сначала про себя, затем, если они интересны, — дублируются голосом для всех зрителей, и после этого озвучивается ответ). Паузы в этом блоке делать не боимся, просто говорим, что знакомимся с вопросами, поступившими за время прямого эфира.
10. На свой вкус выбирается лучший вопрос, и говорим, что свяжемся за рамками эфира и определим, как передать подарок.
11. Если достойных вопросов за время прямого эфира не поступило, то воспользуйтесь заранее заготовленными самостоятельными вопросами. Например: Действуют ли акции и скидки в магазине? Как осуществляется примерка и доставка? Какая упаковка предоставляется вместе с украшением?
12. Благодарим за участие в эфире и призываем подписаться на аккаунт и следить за анонсами следующего прямого эфира.

Следите за таймингом прямого эфира. Не нужно слишком быстро рассказывать о товаре или о теме эфира. Большой поток информации тяжело слушать и воспринимать. Кроме того, обстоятельная и спокойная речь подчеркивает вашу уверенность и производит впечатление «надежности продавца» на вашего зрителя. Не стоит делать большие паузы — «провисы». Должен быть план ведения эфира, состоящий из нескольких блоков. Ведущий должен при малейшей заминке переходить к следующему блоку.

Эфир не нужно растягивать, 30-40 минут — это оптимальная продолжительность. Коротким эфирам менее 10 минут, со слабой вовлеченностью, площадка обычно не предоставляет дополнительные охваты. Но если в первые минуты эфира собирается солидная аудитория, 1-2% от числа подписчиков, и дальше она растет до 5-7%, то площадка предлагает действующий эфир для аудитории look-alike.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Аккаунт ювелирного салона в социальных сетях, состоящий из одних фотографий и с редкими историями, должен остаться в 2015 году. Шагайте в ногу со временем. Используйте больше видео, найдите удобный способ создания видеоконтента, который вам подойдет. Это может быть съемка на смартфон, анимация фото, моушен дизайн, 3D-рендеринг, профессиональная видеосъемка и другие варианты. Сейчас вокруг видеоформатов для социальных сетей и маркетплейсов развита большая инфраструктура, как среди подрядчиков, готовых создать видео из материалов заказчика, так и среди приложений и программ, позволяющих осуществлять монтаж и пост-продакшн роликов. Найдите свой вариант видеопрезентаций товаров в растущем спросе на видеоролики.



# ПОЛУЧЕНИЕ И ПРИЕМКА ЦЕННОСТЕЙ В МАГАЗИНЕ

В ПРЕДЫДУЩИХ СТАТЬЯХ, ОПУБЛИКОВАННЫХ В РАЗЛИЧНЫХ НОМЕРАХ ЭТОГО ЖУРНАЛА, МЫ КАСАЛИСЬ В ОСНОВНОМ РИСКОВ КРИМИНАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА, УГРОЖАЮЩИХ ЦЕННОСТЯМ И СОТРУДНИКАМ ЮВЕЛИРНОГО МАГАЗИНА, — ОГРАБЛЕНИЙ, ГРАБЕЖЕЙ, КРАЖ. С ЭТОГО НОМЕРА ПРИСТУПИМ К ОБЗОРУ ОСНОВНЫХ РИСКОВ УТРАТЫ ЦЕННОСТЕЙ ОПЕРАЦИОННОГО СВОЙСТВА, ВОЗНИКАЮЩИХ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ ДВИЖЕНИЯ ЦЕННОСТЕЙ

## Игорь Чумарин

Эксперт по безопасности в ювелирной торговле

Среди клиентов: АДАМАС, 585, SOKOLOV

Информация об учебных программах: [securityskills.online](https://securityskills.online)

Задать вопрос эксперту: [chumarin@poteri.net](mailto:chumarin@poteri.net)

Начнем наш обзор с этапа поступления и приемки товаров в ювелирных магазинах. После того как поставщик (сторонний контрагент или склад ювелирной компании) обработал ваш заказ и отгрузил товар, он прибывает в магазин.

В зависимости от формы, организации и дальности доставки правила приемки товара в магазинах могут несколько различаться. Одно дело — принять несколько изделий от инкассатора поставщика в одном городе, совсем другое — получить ценную невскрываемую посылку от курьера службы доставки или фельдъегеря «Спецсвязи» на другом конце страны.

Чтобы в этом разобраться детально, разделим этап на две операции — на получение груза как общей групповой упаковки и на непосредственную приемку единичных изделий. На каждом этапе отметим наиболее часто встречающиеся риски сохранности и посмотрим, что им можно противопоставить для предотвращения потерь.



## ПОЛУЧЕНИЕ ЦЕННОГО ГРУЗА В МАГАЗИНЕ

Риски потерь при получении посылки с ювелирными изделиями чаще связаны с корректностью оформления факта приемки-передачи груза: ошиблись с принятым количеством, забыли отметить излишек, приняли товар другого магазина и т.д. Но опаснее более серьезные инциденты, совершаемые с умыслом на хищение:

- Утрата всего груза или его части.
- Фальсификация магазином события получения груза.
- Несвоевременное подтверждение магазином факта получения заказа.

## УТРАТА ГРУЗА ЦЕЛИКОМ

Это событие редкое и экстраординарное, при котором магазин сам по себе ничего не теряет, если не сделал предоплату. Минус упущенные продажи и плюс недовольные клиенты, если часть изделий шла на заказ. Такой инцидент сразу привлекает внимание служб безопасности ювелирной компании, отправителя груза и его доставщика, а также, вероятно, правоохранительных органов.

Причина инцидента может крыться в халатности экспедиторской службы, когда груз банально затерялся в массе посылок. А может быть связана с нарушением правил безопасности курьером поставщика, если товар украден у него в метро (а был ли украден?). Причина также может прятаться в способе учета отгрузки отправлений со склада поставщика, когда экспедиторы сами собирают и упаковывают товар по своим маршрутам, расписываясь только за групповую упаковку (например, мешок с коробками).

Как предотвратить такие риски? Поскольку здесь многое зависит от способа доставки и характера самого события, с каждой причиной придется разбираться индивидуально. Из общих рекомендаций можно отметить обязательный контроль сроков доставки и страхование.

Контроль сроков доставки организуется с целью оперативного реагирования на малейшую задержку, когда еще можно принять меры против безвозвратной утраты ценностей или для их успешного розыска. Срок, то есть дата и время получения каждого отправления, должен быть известен с максимальной точностью.

Например, при задержке 30 минут в доставке по городу и 6 часов в региональной доставке магазин-получатель обязан сообщить ответственному менеджеру ювелирной компании, а заодно и в СБ. Размытые или вовсе неизвестные сроки получения делают невозможным контроль и увеличивают вероятность безвозвратных потерь.

Страхование также необходимо. Если организация логистики находится на стороне ювелирной компании, это ваша забота. Очевидно, если у вас договор с логистической компанией или инкассаторской службой, их ответственность должна быть застрахована в размере, на порядок превышающем стоимость всех ваших отправлений, одновременно находящихся в пути.

## ЧАСТИЧНАЯ УТРАТА ГРУЗА

Под этим риском будем иметь в виду потерю части груза, если он состоит из нескольких транспортных упаковок, например коробок, физически не обязательно объединенных в связку или мешок, но объединенных одним сопроводительным документом. Потери выражаются в том, что до получателя не доезжает часть товаров, указанных в документах. В зависимости от типа отношений между отправителем и получателем ущерб относится на одну из сторон.

Снизить вероятность такого риска можно разными путями — включением в процедуру приемки-передачи третьего контролирующего лица, исключением из цепи логистики доставочного звена (самовывоз клиентом) и т.п. А можно в отношениях с поставщиками ценностей принять правило единицы доставки, коротко сформулированное как «одна коробка — один документ». В противном случае (сто коробок — один документ) всегда придется указывать в документах количество перемещаемых упаковок и каждый раз проверять это разрозненное количество при каждой передаче от одного логистического звена к другому. Во всех этих процедурах существенно возрастают риски ошибок и намеренных искажений. Например, доставщикам (экспедитору, инкассатору, фельдъегерю, курьеру) нужно внимательно следить за тем, чтобы сотрудник магазина при приемке «случайно» не спрятал одну коробку, заявив после о нехватке. Нелишним будет напомнить и о том, что место передачи груза доставщиком магазину должно контролироваться системой видеонаблюдения, совмещенной с аудиоконтролем.

## ИЗЪЯНЫ КАЧЕСТВА ПРИНИМАЕМОГО ГРУЗА

Риски сохранности всегда сопровождаются рисками утраты качества товара. При получении грузов могут быть обнаружены следы вскрытия и иные внешние воздействия негативного характера. Принимая отправление, сотрудник магазина в соответствии со специальным регламентом, описывающим правила получения и контроля груза, обязан тщательно проверять внешним осмотром каждую упаковку. В первую очередь необходимо искать признаки вскрытия, например:

- порезы, заплаты;
- переклейка скотча;
- нарушение целостности швов и пр.

То же самое касается контроля состояния специальных охранных пломб, наклеиваемых на швы коробок или клапаны пакетов. Здесь ищем несоответствие номеров, следы отклеивания, порезы и т.п. Если груз или отдельные логистические места пломбируются пластиковыми одноразовыми номерными пломбами, кроме контроля их номеров следует изучить изъяны пломбирования и другие нарушения, например:

- укорачивание ленты пломбы;
- следы суперклея или спайки на ленте пломбы;
- свободный ход ленты пломбы в зажиме (отрезном фиксаторе);
- выход ленты в направлении «открыть»;
- следы прижигания или нагрева пломбы в месте фиксации ленты и т.п.

Признаки вскрытия упаковок и пломб могут свидетельствовать о криминальном интересе со стороны любого из участников цепочки поставок, но чаще указывают на попытки хищений со стороны последнего звена доставки.

Одновременно, но во вторую очередь сотрудник магазина определяет следы негативных воздействий на груз:

- физическое воздействие — смятие, смещение, сплющивание;
- химическое воздействие — промокание, пропитывание, плесень и налет, окисление;
- температурное воздействие — промерзание, расплавление, хрупкость полиэтиленовой упаковки и пр.

При обнаружении проблемных следов сотрудник магазина обязан действовать по сценарию, описанному в соответствующем регламенте ювелирной компании. Обычно такие правила требуют определенным образом соблюдать всего три основных требования:

- зафиксируй проблему на фото или видео;
- оформи проблему в документах обеих сторон (магазина и доставщика);
- сообщи руководству.

Добавлю также четвертое правило, о котором многие забывают и которое также нужно взять на вооружение — «оформи проблему в системе учета».

Обычно такие изъяны не ведут к отказу от приемки, но у вас могут быть свои правила. Нарушения же упаковки, особенно следы вскрытия, всегда ведут к тщательному пересчету ювелирных изделий, находящихся внутри, иногда в присутствии доставщика.

## ФАЛЬСИФИКАЦИЯ МАГАЗИНОМ СОБЫТИЯ ПОЛУЧЕНИЯ ГРУЗА

Кейс: магазин после получения груза заявляет о его отсутствии. «Как это возможно?» — спросите вы. Конечно, это будет верхом наглости и цинизма, но вполне реализуемо, если есть изъяны в процедуре оформления документов о получении груза. Например, магазин не поставил подпись в приемке груза, а доставщик не заметил и уехал. При определенных обстоятельствах он потом долго будет доказывать, что передал груз, а не оставил его у двери. Нет подписи/печати — нет факта передачи, и никакие электронные средства контроля и трекинга груза не помогут в столь щепетильной ситуации.

Нередки и заявления магазина-получателя об отсутствии груза по ошибке, особенно в условиях регулярных поставок.

Такое возможно, если кто-то перепутал или указал неверный адрес либо идентификатор груза (отправления), а также сопроводил груз документами от другого отправления. Это риск, который должен контролироваться и заблаговременно устраняться на стороне отправителя.

Нередко расследования указывают на ложные заявления сотрудников магазинов об утрате части груза. Здесь фальсификация магазином события получения груза нацелена на будущее хищение или на сокрытие хищения, свершившегося ранее. В зависимости от характера груза, способа получения и качества приемки отправления возможны следующие виды фальшивых заявлений:

- Якобы утрачена часть груза, то есть не все коробки/пакеты в отправлении.
- Якобы выявлены следы вскрытия посылки и последующий (без присутствия доставщика) внутритарный пересчет показал недостачу ценностей.
- Якобы обнаружено разрушительное воздействие, в результате которого ценности оказались поврежденными (выпали или сколоты/поцарапаны камни, порваны нити или звенья цепей и т.п.).

- Нечестные сотрудники весьма креативны на подобные фантазии, а территориальное удаление магазинов от руководящих глаз и невозможность быстрой реакции типа «не трогать, сейчас приеду посмотрю» только поощряет их на такое «творчество».

Предотвратить эти проблемы помогут следующие рекомендации, в целом хорошо известные читателям:

- Любое отклонение в получении товаров должно быть возведено в ранг инцидента, чрезвычайного происшествия, чтобы степень внимания руководства к таким событиям была наивысшей.
- Любые отклонения по количеству, качеству и состоянию груза фиксировать документально в момент его получения двумя сторонами — принимающей (магазин) и передающей (курьер).
- Любое поврежденное изделие, отправленное со своего склада, должно быть возвращено для внутренней экспертизы, в случае получения от внешних поставщиков — отправлено обратно; оставлять такие изделия на ремонт или восстановление в магазине не рекомендуется.
- Должен быть налажен учет и анализ таких событий, чтобы можно было строить обоснованные гипотезы относительно конкретных заинтересованных лиц.
- И не забываем про контроль видео и аудио, всегда запрашиваем или скачиваем ролики события для анализа.

## НЕСВОЕВРЕМЕННОЕ ПОДТВЕРЖДЕНИЕ МАГАЗИНОМ ФАКТА ПОЛУЧЕНИЯ

Такое возможно как по ошибке («замотались»), так и намеренно. Например, умышленная задержка подтверждения может иметь целью фальсификацию результатов инвентаризации. Это срабатывает для схожих товаров массового ассортимента (например, обручальные кольца) и применимо в условиях некачественного «базарного» пересчета, когда изделия в инвентаризацию считают общим количеством, без сканирования и проверки бирок.

Товарный запас пересчитывается вместе с неоприходованным товаром, который своим количеством покрывает имеющуюся недостачу. Через пару дней после инвентаризации магазин подтверждает

в системе учета факт получения груза и приходит товар, тем самым до следующей инвентаризации скрывая информацию о недостаче. Подробнее манипуляции при проведении инвентаризаций мы обсуждали в одной из предыдущих статей («Экспо Ювелир» №2/121 май-сентябрь 2021 г.).

Если отправка ценностей осуществляется со склада ювелирной компании в собственные магазины, жизненно необходимо наличие сквозного учета событий отгрузки и приемки грузов.

Для предотвращения потерь любой груз и всякая коробка/пакет должны иметь в логистическом контуре единой системы учета (управления товародвижением) уникальную идентификацию, по которой можно отслеживать прохождение каждой единицы доставки в контрольных точках. Речь не о ГИИС ДМДК, которая концентрируется на учете единиц ценностей, а об учете логистических и транспортных единиц.

Наиболее распространенным идентификатором является штрихкод, можно QR-код или его более продвинутые аналоги. Код не только должен быть нанесен на условную коробку, но и напечатан во всех сопроводительных документах. При таком порядке фактом приемки груза в магазине является не подпись ответственного сотрудника магазина в маршрутном листе у курьера (это само собой как индальгенция для курьера), а сканирование (не ручной ввод!) соответствующего кода в систему учета.

Разумеется, до магазина этот код уже был отсканирован после сбора товара в эту коробку — при передаче в зону отгрузки, при погрузке в автомобиль, при передаче экспедитору, и это позволяет отслеживать движение товаров по всей цепочке.

Кроме того, система учета может быть автоматически настроена на выдачу сигнала тревоги, если коробка не прошла (код не сканирован) одну из контрольных точек в установленный срок, к примеру, не прибыла в магазин согласно графику доставки. Или, скажем, сигнал тревоги следует, когда все коробки из сборного груза отсканированы при приемке, кроме одной, а время приемки превышено.

## ПРИЕМКА ЦЕННОСТЕЙ В МАГАЗИНЕ

Как вы уже заметили, все риски потерь при приемке ювелирных изделий и других товаров и ценностей разделяются на те, которые приходят от поставщика, и те, которые возникают в магазине.

Так и назовем их — риски «входящие» и «возникающие».

Наиболее распространенными входящими рисками количества, скрытыми внутри отправления, считаются:

- Недостача товаров.
- Пересортица, излишек, наличие товара вне заказа.
- Несоответствие весовых характеристик.
- Несоответствие либо отсутствие согласованной маркировки.
- Несоответствие цен.
- Брак.

Недостача или излишек товаров, брак и товары вне заказа в полученном грузе выявляются при детальной сверке содержимого с сопроводительными документами и данными о поставке в системе учета. Желательно, чтобы сведения о поставке на момент приемки груза уже находились в системе управления товародвижением магазина. В этом случае вы получаете двойной контроль, сверяя соответствие фактического количества с записями в бумажных накладных (1) и с записями в информационной системе (2). Конечно, можно действовать по старинке и не заморачиваться с EDI или EDO (прим. — системы электронного обмена данными и электронного документооборота между участниками цепочки поставок) и при приемке расписываться в бумажных документах обеих сторон.

Это еще может сработать, если товар к вам в магазин привозит сам поставщик и он готов вместе с вами считать и взвешивать изделия при передаче, во всех остальных случаях такая процедура проблематична. Кроме того, современные законодательные требования обязательной маркировки в обороте драгоценных металлов и драгоценных камней не оставляют операторам ювелирного рынка никаких других вариантов, кроме электронного обмена данными о поставках и других перемещениях по правилам ГИИС ДМДК.

До детальной приемки товара в поставке предварительно проверяем сопроводительные документы на товар (на груз проверили ранее) и сверяем их с информационной системой. Нередко бывает, что приемщик магазина проверяет товар и каждое ювелирное изделие, тщательно сверяет с бумагами, а потом выясняется, что эта накладная предназначена для другого магазина торговой сети и это ясно указано в графе «Получатель». Вероятно, содержимое груза было перепутано на распределительном центре торговой сети, но время уже потрачено.

Поэтому первое — проверьте сопроводительные документы и убедитесь, что получатель — ваш магазин. Второе — сверьте бумаги с компьютером, реквизиты документов должны совпадать. Третье — если актуально, сверьте цены в этих двух источниках информации. Бывает, что офис торговой сети договорился с поставщиком об определенном уровне входящих цен, а поставщик по разным причинам прислал товар по другим, часто более высоким ценам. И цены на отдельные SKU будут разные, и сумма накладной будет отличаться.

Это не проблема количества, но в зависимости от формы взаимодействия с конкретным поставщиком может приводить к конфликтам, вплоть до возврата изделий поставщику или корректировки контракта.

Если документы верные, реквизиты и параметры совпадают, можно приступать к непосредственной приемке ювелирных изделий и других товаров (часов, посуды, упаковки, аксессуаров и пр.). В ходе приемки возможно выявить отсутствие тех или иных артикулов или меньшее количество множественных товаров одного артикула (недостача). Если при приемке вы те или иные ценности взвешиваете, фактический вес меньше учетного также указывает на недостачу.

Не является недостатком наличествующий товар с отсутствующей маркировкой, поврежденной или некорректной биркой. Скорее всего, такой товар следует отнести к категории «брак». В эту категорию также попадут обнаруженные при приемке поврежденные товары, с незначительными дефектами или полностью утратившие потребительские свойства, в любом случае не подлежащие продаже в существующем виде.

Большее количество единиц одного артикула против указанного в документах показывает излишки. Наличие недостачи и одновременно излишков в отношении ценностей одного и того же наименования может быть условно определено как пересортица и впоследствии даже зачтено в тождественных количествах, но не для уникальных изделий.

Обнаружение товарных позиций (артикулов), отсутствующих в документах или даже в матрице магазина, формально не является излишком, поскольку учетное количество не определено. На то, как поступать с товаром вне заказа, каждый ритейлер имеет свой набор правил.

Само по себе выявление расхождений между учетным и фактическим количествами — событие рядовое, отражающее исходящие от поставщика риски. На эти риски

давно научились реагировать определенными регламентированными сценариями (фиксация, оформление, информирование). Кроме того, для системного контроля подобных рисков имеется несколько решений, проверенных временем.

## СТАНДАРТНЫЕ МЕРЫ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ПОТЕРЬ

Первое — весь процесс разбора груза и поштучной приемки товаров и изделий должен находиться под видеонаблюдением и аудиоконтролем.

Второе — обязательно следует нормировать время, которое выделено на фактическую приемку ювелирных ценностей, да и вообще товара. Чем больше времени вы даете сотрудникам магазинов на приемку, в иных случаях растягивая этот срок на дни, тем больше вероятность потерь. Ведь между скоростью движения товара и рисками потерь существует прямая ощутимая связь.

Промедления с приемкой влияют и на продажи, так как товар попадет на витрину с внушительной задержкой. Кроме того, склад поставщика несколько дней будет находиться в неведении о судьбе поставки.

Смешно надеяться на то, что сотрудник, имея много времени, начнет очень-очень тщательно исследовать каждое изделие при проверке количества и осмотре качества. Если приемка перетекает из одной смены сотрудников в другую, риски начинают размножаться. Начал приемку вчерашний сотрудник, на чем остановился, что уже учел и что проверил? Какие документы успел оформить? Какие расхождения выявил, зафиксировал или нет? Начинать проверку снова? Эти и другие вопросы, непонимание и отсутствие коммуникаций между сменами плодят ошибки. Конечно, вы можете сказать, что приемка ювелирных изделий сопровождается вводом в систему учета информации с маркировки каждого изделия и это достаточно прозрачная ситуация, позволяющая понять, кто и что начал и не завершил. Да, вы правы, но все ли риски вы предусмотрели? Вот и я не уверен.

Для поставок размера средней коробки чаще всего вполне достаточно ограничения времени приемки текущей сменой. Если товар прибыл накануне закрытия магазина, переносим приемку на завтра до середины дня. Нередко подобные ограничения реализуются в системе управления товародвижения, когда начало времени приемки отсчитывается от момента сканирования штрихкода на упаковке, а по

истечении установленного времени весь товар автоматически ставится на остаток магазина в соответствии с исходным документом.

Третье — старайтесь не принимать одновременно поставки от разных поставщиков или доставщиков, только последовательно, каждый следующий после завершения предыдущего. Это касается как получения отправок, так и внутритарной приемки.

Четвертое — не допускайте в зоне приемки одновременных встречных потоков товаров. Например, когда получение груза от поставщика пересекается с подготовкой или отправкой возврата другому поставщику. Чем меньше подобного рода суетливой логистики, тем меньше ошибок, рисков потерь и самих потерь.

Пятое и почти самое главное — реакция на несоответствия в поставке со стороны руководства (поставщика, склада или ювелирной компании). Как я указывал ранее, расхождения в поставке на уровне руководства (СБ, аудит и т.п.) принимаются за инцидент. Инцидент регистрируется, расследуется, выявляются виновные лица и так далее. Чем быстрее и однозначнее реакция, тем больше понимания у сотрудников обеих сторон, склада и магазина, что вы держите руку на пульсе и примените для расследования все ресурсы.

И шестое — контрольные отгрузки. Периодически по плану для профилактики или при поступлении информации о злоупотреблениях на конкретном торговом объекте со склада вашей сети магазинов или со склада поставщика организуются контрольные отгрузки. Сбор и упаковка изделий комиссионно протоколируется и записывается на видео вплоть до запечатывания сейф-пакета или коробки для отправки. В зависимости от цели — проверка качества приемки или «провокация» хищения, товарная часть может соответствовать документам или иметь запротоколированные расхождения, как правило, излишки. Далее ждем информации из магазина...

## ВОЗНИКАЮЩИЕ РИСКИ ПРИЕМКИ

Далее в игру вступают риски, которые возникают непосредственно в магазине и исполняются его сотрудниками:

- невыявление недостачи или брака;
- ложное сообщение о недостаче или браке в поставке;
- сокрытие излишков.

Невнимательность, спешка и упрощение процедуры приемки товара могут привести к тому, что сотрудник не заметит проблему, а именно — недостачу или брак, за которые потом заплатят все.

После подтверждения корректности и ответственности поставки документам и информации в системе учета все проблемы автоматически мигрируют в магазин. Будет ли игнорирование сотрудником обнаруженных проблем поддержано интересом поставщика — это вопрос для отдельного антикоррупционного исследования.

Явной фальсификацией с прослеживаемым интересом наживы будет считаться ложное заявление сотрудника магазина о недостаче в поставке. То есть весь товар на месте, но, положив в карман золотую цепь, нечестный сотрудник заявляет о ее отсутствии, оформляя недостачу с поставки. Также можно подменить качественный товар из поставки аналогичным бракованным из магазина, что вполне применимо для не уникальных товаров.

Вы же понимаете, что недостача или брак в поставке выгодно отличаются от недостачи/брака в торговом зале тем, что первые можно легко отнести на невнимательность поставщика или мошенничество курьера. А там пусть разбираются между поставщиком, доставщиком и магазином.

Аналогичен интерес нечестного сотрудника, который увидит в поставке излишки количества или товар вне документа. Не заявив об этом и присвоив ценности, он явно совершает хищение.

Снижение возникающих рисков целиком управляется решениями, которые я перечислил выше для рисков входящих, особенно эффективны грамотно организованные контрольные отгрузки.

## ОФОРМЛЕНИЕ ПРЕТЕНЗИЙ И АНАЛИЗ РАСХОЖДЕНИЙ В ПОСТАВКАХ

Обычно в передаче ценностей от поставщика в магазин задействованы три стороны — отправитель, доставщик и получатель, каждая со своими интересами. Если выявляются неожиданные расхождения, разборки придется учинять между тремя сторонами, и это невыносимо.

Этап доставки должен быть организован таким образом, чтобы исключить доставщика из претензионного процесса. Для этого придуманы разнообразные сигнальные фишки, о которых я упоминал: специальные сейф-пакеты (курьер-пакеты, секьюр-паки и т.п.), курьерские боксы и мешки, номерные

одноразовые пломбы или многоразовые системы запирания, сигнальный скотч и так далее. Поставщик пакует, опечатывает, пломбирует и передает товар доставщику. Тот без нарушения сигнальных элементов и упаковки в целом передает получателю и — вуаля — тем самым снимает с себя ответственность и исключается из последующих разборок. Конечно, возможны исключения, но принцип ясен.

Остались две стороны, и стало легче. Поскольку любые отклонения в приемке должны быть зафиксированы в документах и учете обеих сторон, отправителя и получателя ценностей, сверка этих записей представляет собой одну из контрольных точек.

Если у вас РЦ и сеть магазинов — этот контроль работает автоматически в рамках единой системы сквозного учета. Если в магазине оприходовали товар не тот или не в том количестве — вы должны узнать об этом моментально.

Для остальных случаев существуют периодические бухгалтерские сверки и учет дебиторской и кредиторской задолженностей, да и система маркировки ГИИС ДМДК вам в помощь.

Ранее я указывал, что выявление расхождений и отклонений в приемке требует фиксации проблемы. При сегодняшнем недоразвитии технологий пока что обязательно оформляться на бумаге и в системе учета, электронные подписи не очень распространены, а в суде (если что) попросят бумагу с подписью.

Поэтому, во-первых, организация претензионной работы требует четкого и детального описания порядка фиксации расхождений — каким инструментом, с какого ракурса, в чьем присутствии и в каком шаблоне. А чтобы не ходить по арбитражу и третейским судам, такие подробности должны найти отражение и в договорах с поставщиками и доставщиками.

Во-вторых, желательно увязать, я бы даже сказал — интегрировать претензионную работу с системой видеонаблюдения, а лучше с системой современной видеоналитики, при наличии.

В-третьих, вести полноценный и всесторонний анализ статистики по отклонениям в приемке, благо сейчас есть уйма аналитических инструментов. Результатом постоянного анализа является не столько вывод о наиболее проблемном объекте (товаре, поставщике), сколько прогноз злоупотреблений вплоть до предполагаемого времени хищения и фамилии нарушителя.

ИЗДЕЛИЯ ИЗ ЗОЛОТА

Наши проекты:

**UVELIR.info**  
ЮВЕЛИРНЫЙ ПОРТАЛ-СЕРВИС

**uvelir.net**  
ИНТЕРНЕТ-ФОРУМ ЮВЕЛИРОВ ЕАЭС

# ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ КЛИЕНТОВ ЖУРНАЛА ЭКСПО-ЮВЕЛИР / ЮВЕЛИР-ТЕХ

НА РОССИЙСКОМ ЮВЕЛИРНОМ РЫНКЕ

Работаем с 2005 года

МАКСИМАЛЬНЫЙ ОХВАТ  
ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

ПРАКТИЧЕСКАЯ  
ПОЛЕЗНОСТЬ

КОМПЛЕКСНОЕ  
ПРОДВИЖЕНИЕ



Ювелирные выставки  
и конференции



Межрегиональные управления  
Федеральной пробирной палаты



Рассылка через  
«Почта России»

**UVELIR.info**  
ЮВЕЛИРНЫЙ ПОРТАЛ-СЕРВИС

Спецразмещение  
и продвижение на портале

ВСЕРОССИЙСКИЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЖУРНАЛ-КАТАЛОГ

**ЭКСПО ЮВЕЛИР**

Размещение и продвижение  
компании на сайте журнала

**uvelir.net**  
ИНТЕРНЕТ-ФОРУМ ЮВЕЛИРОВ ЕАЭС

Размещение на форуме  
ювелиров России и ЕАЭС



Публикаций информации  
о компаниях-клиентах  
в соцсетях и мессенджерах



Facebook (3700 подписчиков)



VK (4100 подписчиков)



Instagram (5600 подписчиков)



Telegram (более 1800 подписчиков)



Продвижение клиентов  
в еженедельной новостной  
рассылке журнала (2 раза  
в неделю, 14500 email)



Рассылка-анонс выхода  
издания и публикации  
материалов издания на сайте

**Яндекс** Директ

Реклама издания по аудиториям  
ювелирных выставок в Яндекс.Директ

Журнал представлен в новостной  
рассылке «Ювелирный вестник» портала  
Uvelir.INFO (2 раза в неделю, 14500 email)  
и в обязательной рассылке после выхода  
нового номера



ОПТОВО-РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ



ПРОИЗВОДИТЕЛИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ



# PREMIUM

БЕЗУПРЕЧНЫЕ МОДЕЛИ • ПРИЗНАННОЕ КАЧЕСТВО  
В НАЛИЧИИ от 0,5 до 1 ст



[www.alikor.com](http://www.alikor.com)





# JEDA

Beauty and quality

[www.jeda.top](http://www.jeda.top)  
+7 920 207 7 207



JEDA





КРАСНОЯРСКИЙ  
ЮВЕЛИРНЫЙ  
ЗАВОД

ПРОИЗВОДСТВО  
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ  
ИЗ ЗОЛОТА И СЕРЕБРА



ЦЕПИ ПРОИЗВОДСТВА ООО «КРАСЮЗ»

- ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ:  
классический и современный стиль
- Оригинальные кольца и браслеты  
на основе цепей
- Работаем по схеме давальческого сырья
- Гибкая система скидков

Наш сайт: [www.kras-uz.ru](http://www.kras-uz.ru)

JUNWEX Москва 2021 • 27-31 октября  
ВДНХ • павильон 57, стенд А-6

г. Красноярск  
ул. Добровольческой бригады, 14 А, пом. 226  
тел.: +7 (391) 216 02 06, 216 02 07, 216 02 08  
e-mail: [aurum585@mail.ru](mailto:aurum585@mail.ru)

г. Краснодар  
ул. Уральская, 99  
тел.: +7 (861) 232 70 31, 260 16 67, +7 (989) 850 43 21  
e-mail: [aurum585ni@mail.ru](mailto:aurum585ni@mail.ru)

г. Москва  
Ракетный бульвар, д. 16, 7 эт., офис 14 (БЦ «Алексеевская Башня»)  
тел.: +7 (495) 249 49 81  
e-mail: [aurum\\_m585@mail.ru](mailto:aurum_m585@mail.ru)

P

PLATKA JEWELRY

# ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ИЗ ЗОЛОТА И ПЛАТИНЫ



Павильон 57, стенд А-18А

[www.pj.jewelry](http://www.pj.jewelry) [@platika\\_jewelry](https://www.instagram.com/platika_jewelry) +7 910 952 20 02

# Maxim Demidov

*Искусство за гранью бриллианта...*

*На фото: Кольцо «Возвращенный огонь»,  
Рубин 92,15 ст, месторождение Мозамбик  
Бриллианты, рубины, золото 750 пробы*

Полная коллекция украшений на сайте [www.maxim-demidov.ru](http://www.maxim-demidov.ru) | 8-800-500-05-73

МОСКВА | ул. Верхняя Сыромятническая, 2, ТЦ «Голден Гросс», № 141 | Пресненская набережная, 8, стр. 1, МФК «Город столиц»  
ЕКАТЕРИНБУРГ | ул. Щорса, 29, ЮЦ «Golden Park» | пл. Бахчиванджи, 1, Аэропорт «Кольцово», терминал А  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ | Невский проспект, 44, Галерея бутиков «Гранд Палас»

## СИЯЙ ЯРЧЕ ЗВЕЗД!

SVETLOV – ЭТО ЯРКИЙ И НЕСТАНДАРТНЫЙ БРЕНД ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ, ВКЛЮЧАЮЩИЙ КАК КЛАССИЧЕСКИЕ, ТАК И УЛЬТРАСОВРЕМЕННЫЕ ИЛИ ВЫПОЛНЕННЫЕ НА ЗАКАЗ ИЗДЕЛИЯ. ОНИ ЭФФЕКТНО ПОДЧЕРКИВАЮТ НЕ ТОЛЬКО ОБРАЗ, НО И ЛИЧНОСТЬ ИХ ОБЛАДАТЕЛЯ.

В АССОРТИМЕНТЕ: ЦЕПИ И БРАСЛЕТЫ РАЗНЫХ ВИДОВ ПЛЕТЕНИЙ, ИЗДЕЛИЯ С ДРАГОЦЕННЫМИ И ПОЛУДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ, ФИАНИТАМИ И БЕЗ ВСТАВОК, БОЛЬШОЙ ВЫБОР ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ.

ВЫПУСКАЯ ИЗДЕЛИЯ КАК ИЗ ЗОЛОТА, ТАК И ИЗ СЕРЕБРА SVETLOV ОХВАТЫВАЕТ ВСЕ КАТЕГОРИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.

SVETLOV  
JEWELRY



## МОДНОЕ СЕРЕБРО

БЛЕСК СЕРЕБРА, СИЯНИЕ ПОЛУДРАГОЦЕННЫХ ИЛИ СИНТЕТИЧЕСКИХ ВСТАВОК, АКТУАЛЬНЫЕ ФОРМЫ – ДИЗАЙНЕРЫ SVETLOV ВОПЛОТИЛИ ГЛАВНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ТРЕНДЫ ДЛЯ ТЕХ, КТО ЛЮБИТ БЫТЬ В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ.



## БРИЛЛИАНТОВЫЕ КОЛЬЕ

КЛАССИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН И МИНИМАЛИЗМ В СОЧЕТАНИИ С ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ – БЕЗУПРЕЧНОЕ ДОПОЛНЕНИЕ ЮВЕЛИРНОГО ГАРДЕРОБА.

ЛЕГКИЙ ВЕС УКРАШЕНИЙ ОБЕСПЕЧИТ КОМФОРТ НОШЕНИЯ ОБЛАДАТЕЛЬНИЦЕ И ПРИЯТНО ПОРАДУЕТ ЦЕНОЙ.



## ФАНТАЗИЙНЫЕ БРОШИ

ФАНТАЗИЙНЫЕ ЗОЛОТЫЕ БРОШИ SVETLOV С ДРАГОЦЕННЫМИ И ПОЛУДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ ВЫПОЛНЕННЫ ИЗ ДВУХ ЧАСТЕЙ, СОЕДИНЕННЫХ УЛЬТРАТОНКОЙ ЦЕПОЧКОЙ. СТИЛЬНЫЙ И ИЗЯЩНЫЙ АКЦЕНТ ЖЕНСТВЕННЫХ ОБРАЗОВ.

## ПОЧУВСТВУЙ СЕБЯ НАСТОЯЩЕЙ ЗВЕЗДОЙ СО SVETLOV!

г. БЕЛГОРОД: +7 (4722) 77-74-30  
г. МОСКВА: +7 (495) 792-39-58

г. НОВОСИБИРСК: +7 (923) 129-25-25  
г. РОСТОВ-НА-ДОНУ: +7 (919) 220-14-49

г. САМАРА: +7 (927) 691-06-11  
г. ПЕРМЬ: +7 (910) 320-34-35  
г. АЛМАТЫ: +7 (701) 962-74-88

SVETLOVB2B.COM

ПРОИЗВОДСТВО  
ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ

  
*Amore*  
JEWELRY



ОБРУЧАЛЬНЫЕ КОЛЬЦА  
от 45 р./гр.

г. Владимир, ул. 16 лет Октября, 36А  
+7 (4922) 77-86-16, amore\_vladimir@mail.ru  
www.amore-jewelry.ru

**БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО**  
ювелирный завод

Отдел продаж :  
г. Калининград, ул. Дюнная, 18  
8 (4012) 731-550  
balt\_zoloto@mail.ru

Для оптовых заказов:  
8 (499) 707-1366 (г.Москва)



**КРАСОТА СОЛНЦА  
В ВАШИХ РУКАХ!**

- Изготовление изделий по индивидуальным проектам;
- Заказы любой сложности в короткие сроки;
- Курирование персональным менеджером;
- Узнаваемый бренд на российском рынке;
- Постоянное расширение ассортимента;
- Доставка заказов по всему миру.

- Завод основан в 1998 г.  
- Логистическая площадка в г. Москве



🌐 [baltzoloto.ru](http://baltzoloto.ru)  
📷 [baltiiskoe\\_zoloto](https://www.instagram.com/baltiiskoe_zoloto)



**БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО**  
ювелирный завод

# АЛЕКСИ

ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО



◆ Легковесные изделия из золота ◆ 3D-печать ◆ Технология прямого литья

8 (4942) 420-503  
8 (903) 895-32-63  
8 (950) 241-50-22

Кострома, ул. Дёминская, 2а  
e-mail: alexy-sales@mail.ru

aleksy-jewellery.ru  
алекси.рф



**RS**  
**PRESTIGE**  
 — JEWELRY —

Философия компании Prestige jewelry основана на искреннем желании сделать своих клиентов счастливыми, сопровождая их в самые яркие мгновения жизни. Специалисты компании способны удовлетворить тонкий и взыскательный вкус истинных поклонников ювелирного дизайна и предложить неповторимые изделия, соответствующие актуальным трендам моды.



Обручальные кольца для влюбленных, элегантный гарнитур для супруги, первые бриллиантовые серьги для дочери и современная классика для статусной дамы — все это нечто большее, чем просто покупки. Это драгоценные признания в любви близким людям, призванные стать престижными семейными реликвиями.



Создание этих стилистически безупречных украшений высочайшего качества стало возможным благодаря использованию новейшего оборудования, обеспечивающего применение инновационных технологий и, конечно, благодаря тому, что на предприятии трудятся профессионалы своего дела, обладающие огромным опытом и с пристальным вниманием относящиеся ко всем нюансам производственного процесса.



**JUNWEX Москва 2021**  
 ВДНХ, пав. 55, стенд В-304

**RS**  
**PRESTIGE**  
 — JEWELRY —

 [pj\\_gold](https://www.pj-gold.ru)  
[www.pj-gold.ru](https://www.pj-gold.ru)  
 +7 (4942) 641-969



**Slavnov**  
jewelry company



**ПРОИЗВОДИМ ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ  
ИЗ ЗОЛОТА И СЕРЕБРА**

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ  
ОПТОВЫЕ КОМПАНИИ И СЕТИ МАГАЗИНОВ

Костромская обл., пос. Красное-на-Волге,  
ул. Окружная, д. 4 Б

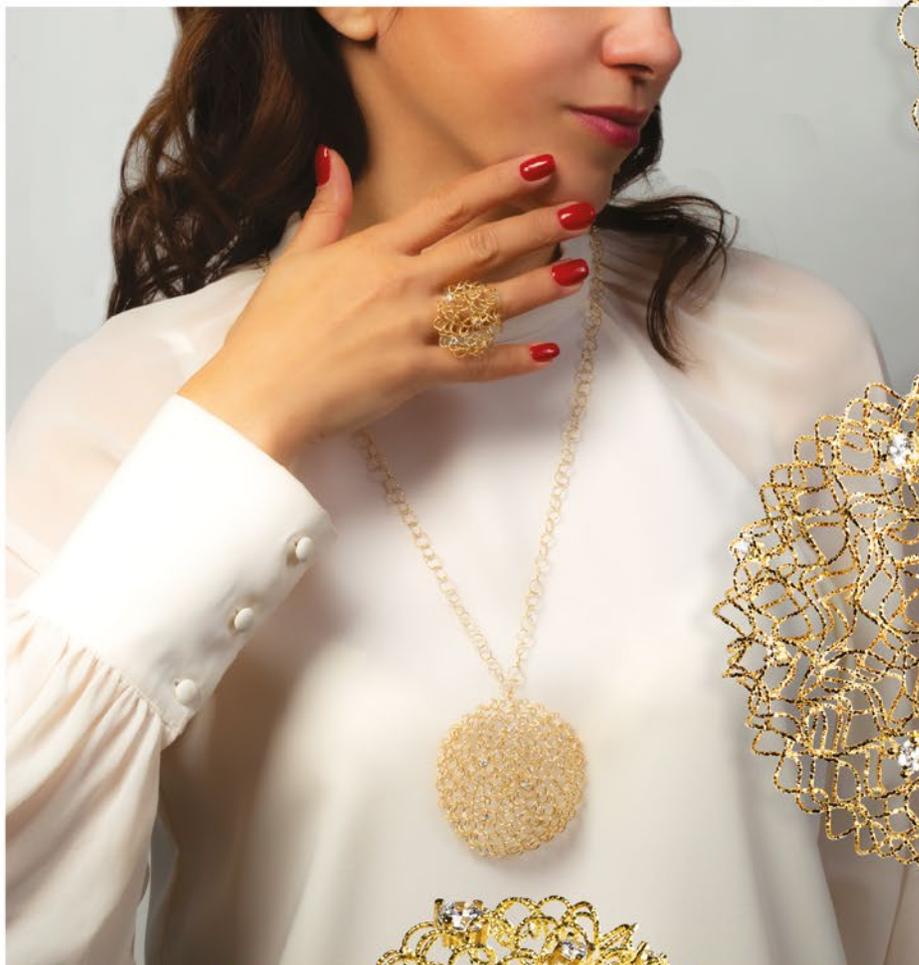
Бухгалтерия: +7 950 245-09-38

Отдел сбыта: +7 950 245-09-17,

+7 950 245-09-26

Директор: +7 903 898-22-53

# Bellissimo



Павильон 57  
Стенд А-61

+7 (495) 917-55-19

Оптовое  
представительство  
+7 (916) 626-83-98

[bellissimojewelry.ru](http://bellissimojewelry.ru)  
e-mail: [bellissimojewelry@mail.ru](mailto:bellissimojewelry@mail.ru)

**Ювелирная галерея**

[www.lombardtiktak.ru](http://www.lombardtiktak.ru)

**ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ  
МИРОВЫХ БРЕНДОВ**  
со скидкой до -70% от ритейла

Ювелирная галерея «Тик-Так»  
 Москва, Комсомольский проспект, 33/11  
 +7 (499) 242-40-37, +7 (926) 521-15-50  
 @ tik\_tak\_jewelry

Ювелирная фирма  
**"ДАЛЮС"®**

117420, г. Москва, ул. Намёткина, дом 10 Б  
 тел./факс: +7(495)719-7977  
[www.dalys7.ru](http://www.dalys7.ru) E-mail: [info@dalys7.ru](mailto:info@dalys7.ru)

*Златогор Франция*  
*Изящество*

**Златогор**  
драгоценств

г. Москва, ул. Марксистская, д. 34, стр. 5, ТД «Златогор»  
 тел. 8 (967) 138-54-13  
 e-mail: [zlatogor.msk@mail.ru](mailto:zlatogor.msk@mail.ru)

# ЗОЛОТО ЯНТАРЬ СЕРЕБРО

[www.fomenko-jewelry.ru](http://www.fomenko-jewelry.ru)

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ИЗДЕЛИЙ



г. Калининград, Ленинский проспект 51  
8 800 300-85-71, 8 (4012) 99-47-11  
R.Niyazov@fomenko-jewelry.ru  
© fomenko.ru

  
**ФОМЕНКО**  
ювелирный дом



**КАЛИНИНГРАДСКИЙ ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ**  
 единственное в мире промышленное  
 предприятие по добыче и переработке янтаря

**ФРАНШИЗА**  
 «Чёрная шкатулка»

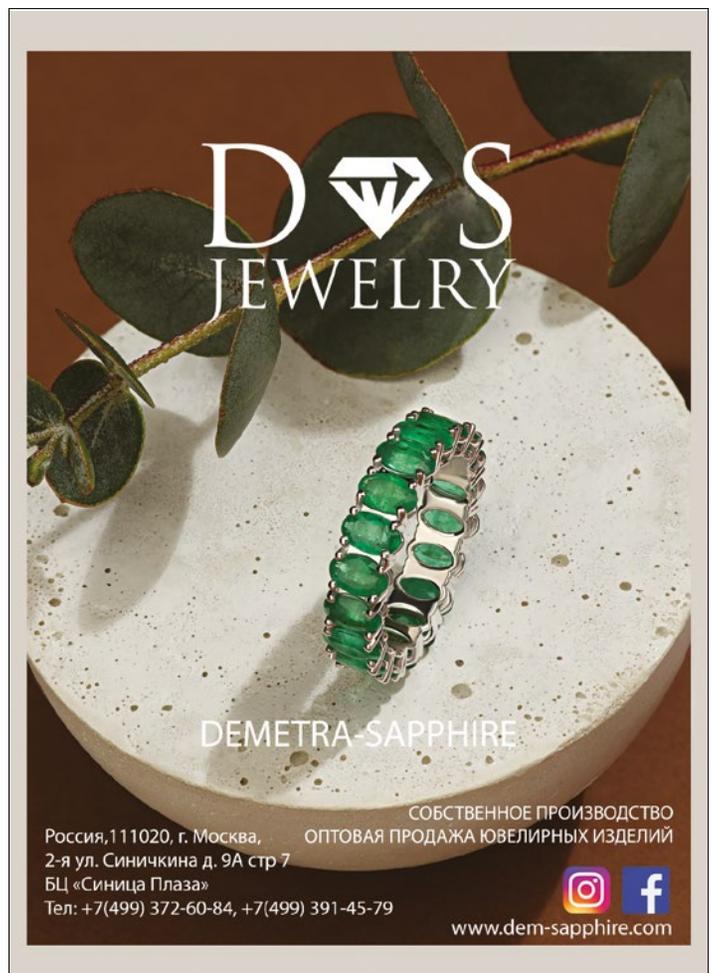
[www.ambercombine.ru](http://www.ambercombine.ru)  
 +7 (4012) 310 855  
 mail@ambercombine.ru



**jewellery Europe**

Производство ювелирных изделий из золота и серебра, моделирование изделий

ИП Кордобовская А.А., г.Кострома  
 тел.: 8-950-240-91-88, 8-910-801-42-62  
[www.europa999.ru](http://www.europa999.ru)



**D S JEWELRY**

ДЕМЕТРА-САППИР

РОССИЯ, 111020, Г. МОСКВА, ОПТОВАЯ ПРОДАЖА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ  
 2-я ул. Синичкина д. 9А стр 7  
 БЦ «Синица Плаза»  
 Тел: +7(499) 372-60-84, +7(499) 391-45-79

[www.dem-sapphire.com](http://www.dem-sapphire.com)

ИЗДЕЛИЯ ИЗ ЗОЛОТА

2.16



РУССКИЕ САМОШВЕТЫ  
1912

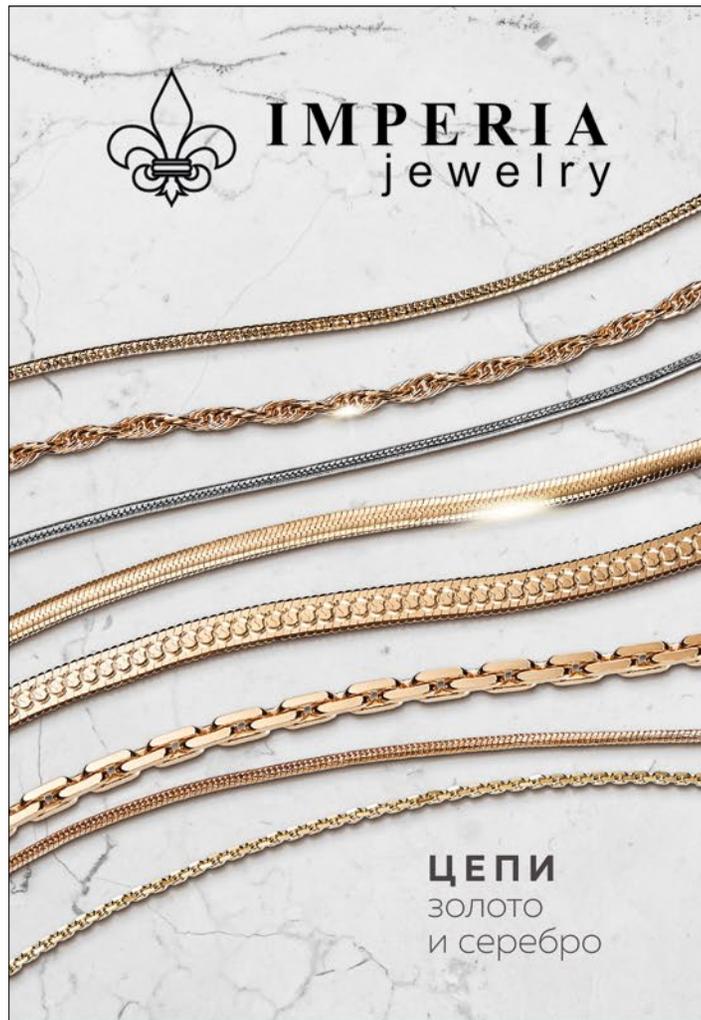
XVII МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА  
**JUNWEX**  
МОСКВА

**ТОЛЬКО НА ВЫСТАВКЕ:**

- 13 НОВЫХ КОЛЛЕКЦИЙ
- НОВОГОДНИЙ АССОРТИМЕНТ
- СКИДКИ ОПТОВЫМ КЛИЕНТАМ ДО 15%
- ПОДАРКИ
- WELCOME-ФУРШЕТ

**ЖДЕМ ВАС С 26 ПО 29 ОКТЯБРЯ!**  
МОСКВА, ВДНХ, ПАВИЛЬОН 55, СТЕНД В-302

WWW.RUSSAM.RU | +7 (812)718-10-53



**IMPERIA**  
jewelry

**ЦЕПИ**  
ЗОЛОТО  
и серебро

**ИМПЕРИЯ** | ювелирная компания

**МУЛЬТИБРЕНДОВЫЙ  
ДИСТРИБЬЮТОР  
ЮВЕЛИРНЫХ ЦЕПЕЙ**  
РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

**ЧЕСТНЫЕ ЦЕНЫ • ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ**

- Обширные склады всех плетений и размеров в Екатеринбурге и Москве
- Доставка посылок по всей стране и СНГ

по вопросам сотрудничества

**Кирилл** +7 922 615 19 20  
**Фрэди** +7 962 313 33 39  
**Марина** +7 982 640 90 00

г. Екатеринбург, ул. Щорса, д. 29, офис 8  
imperia585@mail.ru  
[www.imperiajewel.ru](http://www.imperiajewel.ru)



**ДЕТСКИЕ  
СЕРЬГИ**  
В АССОРТИМЕНТЕ ДО 1.00 ГР.

В АССОРТИМЕНТЕ ОТ 0,25 г

**БЕГУНКИ**

**ПРИЯТНЫЕ ЦЕНЫ  
РАБОТАЕМ СО СКЛАДА**

ИП Мангушев Д. И.  
г. Ульяновск, ул. Средний Венец, д. 23  
+7 (8422) 44-08-66, 27-83-84  
simb.us@mail.ru



*Diamond Union*  
jewelry company



*Украшений должно быть много!*  
*Коко Шанель*

Ювелирная производственная компания  
**«Бриллиант Союз»**  
г. Кострома, пр-т Мира, 116, пом. 3

☎ **8 (4942) 360-585**

✉ [diamondunion44@mail.ru](mailto:diamondunion44@mail.ru)

🌐 [diamondunion.ru](http://diamondunion.ru)



г. Златоуст

**ZLATMASTER**

производство

**КОЖАНЫХ  
ШНУРКОВ**

для ювелирных  
подвесок

**контакты**

[WWW.ZLATMASTER.COM](http://WWW.ZLATMASTER.COM)

**Тел. +7 912 797-05-77**

КОМПАНИЯ

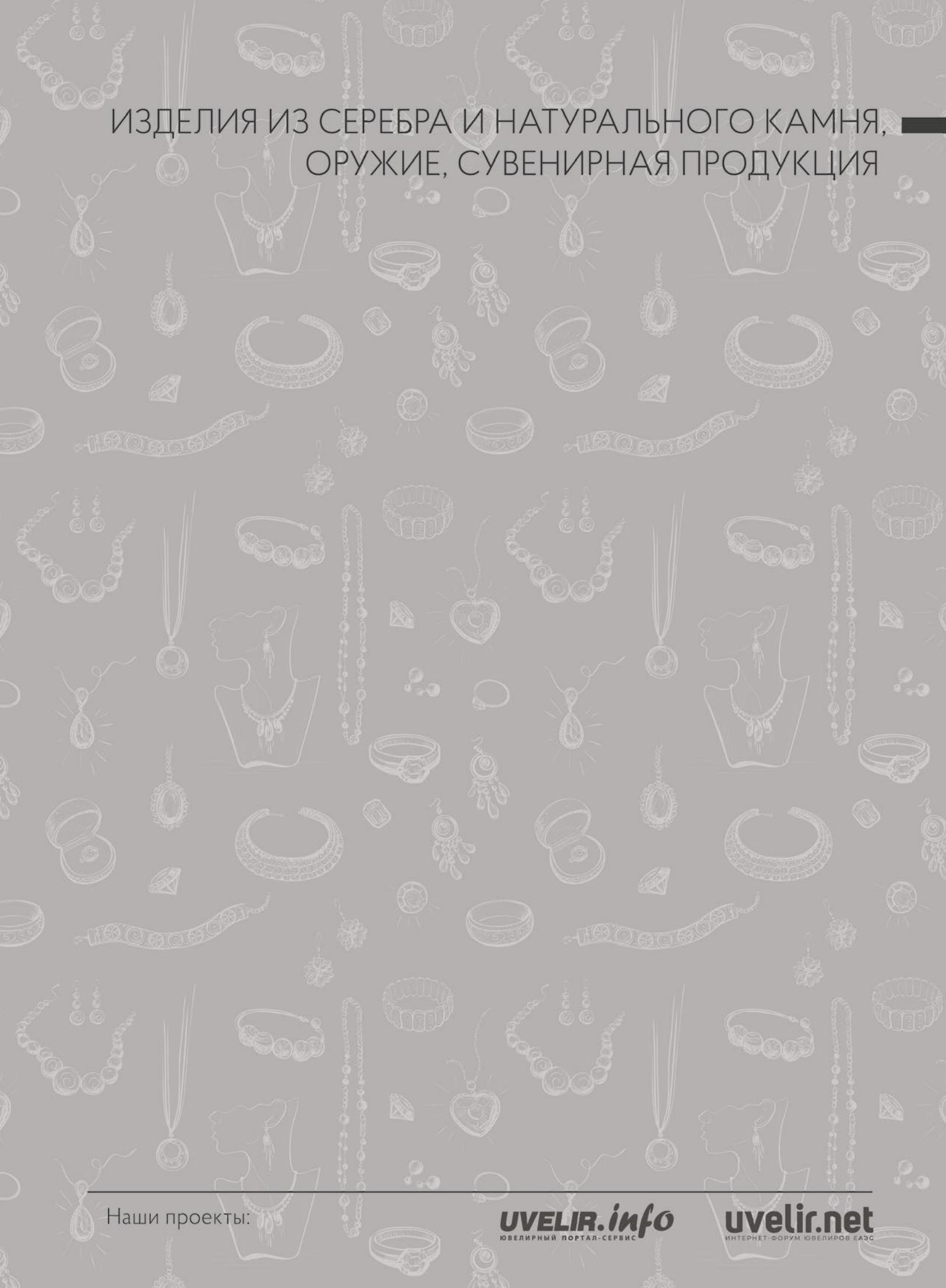
**Саха Таас**

*Сделано в Якутии*

Республика Саха  
(Якутия), г. Нерюнгри,  
ул. Карла Маркса, 6/1  
☎ 8 (41147) 6-11-19  
[sakha\\_stone@mail.ru](mailto:sakha_stone@mail.ru)  
[www.sakhataas.com](http://www.sakhataas.com)

📌 📷

sakha\_taa  
sakhataas\_msk  
yakutyanochka\_jewelry



ИЗДЕЛИЯ ИЗ СЕРЕБРА И НАТУРАЛЬНОГО КАМНЯ,  
ОРУЖИЕ, СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Наши проекты:

**UVELIR.info**  
ЮВЕЛИРНЫЙ ПОРТАЛ-СЕРВИС

**uvelir.net**  
ИНТЕРНЕТ-ФОРУМ ЮВЕЛИРОВ ЕАЭС

# СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ЖУРНАЛА ЭКСПО-ЮВЕЛИР / ЮВЕЛИР-ТЕХ

## ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ НА РОССИЙСКОМ ЮВЕЛИРНОМ РЫНКЕ

**4**  
РАЗА  
В ГОД

**ТИРАЖ**  
**9000**  
ЭКЗЕМПЛЯРОВ



Издается с 2005 года

Печатная версия



Электронная версия



Ювелирные  
выставки



Рассылка через  
«Почта России»



Межрегиональные  
управления Федеральной  
пробирной палаты

**UVELIR.info**  
ЮВЕЛИРНЫЙ ПОРТАЛ-СЕРВИС

Размещение на ювелирном  
портале (b2b)

ВСЕРОССИЙСКИЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЖУРНАЛ-КАТАЛОГ  
**ЭКСПО ЮВЕЛИР**

Размещение на сайте издания  
[www.expojeweller.ru](http://www.expojeweller.ru)

**uvelir.net**  
ИНТЕРНЕТ-ФОРУМ ЮВЕЛИРОВ ЕАЭС

Размещение на форуме ювелиров



Распространение электронной  
версии в соцсетях и мессенджерах



Facebook (3700 подписчиков)



VK (4100 подписчиков)



Instagram (5600 подписчиков)



Telegram (более 1800 подписчиков)



Электронная рассылка журнала

Журнал представлен в новостной рассылке «Ювелирный вестник» портала Uvelir.INFO (2 раза в неделю, 14500 email) и в обязательной рассылке после выхода нового номера



Реклама издания  
по аудиториям ювелирных  
выставок в Яндекс.Директ



ОПТОВО-РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ



ПРОИЗВОДИТЕЛИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ



**PISTACHIO**

Jewellery House

ООО «Арт Стоун» 109028 г. Москва,  
Хитровский переулок, д.3/1, стр.3  
+7 (495) 9-88888-9, [www.pistachio.it](http://www.pistachio.it)



# Украшения с Характером

ООО «Виктория», г. Москва, молодая, энергичная и креативная компания, которая начала свой творческий путь, создав коллекцию украшений в особом стиле и под дерзким брендом REBEL HEART.

Коллектив художников и модельеров подготовил много оригинальных украшений в бунтарском стиле. Украшения, которые мы создаем, — это некий плод творчества, который идет из глубины души и передает наше состояние. Внешне мы всегда спокойны и уравновешенны, но внутри у нас бурные эмоции и дерзкий нрав. Так же мы подходим и к созданию своих украшений. У каждого украшения есть свой характер. Обладатели таких украшений выражают состояние своей души с помощью наших изделий.

Для тех, у кого эмоции столь сильно переполняют душу, хочется чего-то оригинального и необычного, мы изготовим украшение на заказ. Команда наших ювелиров готова к дерзким и оригинальным воплощениям Ваших идей. Давайте вместе выразим в драгоценном металле состояние Вашей души.

У нас много сторонников, которые разделяют наши интересы. Близких по духу мы приглашаем к сотрудничеству. Будем вместе творить и создавать украшения тем, у кого мятежный дух и дерзкий нрав.

+7 (985) 411 5521  
[www.rebelheart.ru](http://www.rebelheart.ru)  
[@rebelheartmsk](https://www.instagram.com/rebelheartmsk)







ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД  
**КРАСНАЯ ПРЕСНЯ**  
 ОСНОВАН В 1940 ГОДУ



арт. 9306195ж1



арт. 9306194-1



арт. 930842-1



арт. 930563-01



арт. 930563-1ж



арт. 930661-0ж



арт. 930657ж1



арт. 930656-1

Изысканная простота, элегантность, благородство, лунный блеск металла и высочайшее качество – все это воплотилось в серебряных столовых приборах «Отечество». Столовые предметы выполнены из благородного металла 925°. На каждом столовом приборе расположен двуглавый орел, который символизирует единство и суверенитет России. Каждый столовый прибор продается как в наборе, так и по отдельности в презентабельном футляре, который подходит для аккуратного и безопасного хранения.



ЗАКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО  
 ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД  
**КРАСНАЯ ПРЕСНЯ**  
 ОСНОВАН В 1940 ГОДУ

E-MAIL: KR-PRESNYA@YANDEX.RU  
 WWW.KR-PRESNYA.RU

155550, РОССИЯ, ИВАНОВСКАЯ ОБЛ.,  
 Г. ПРИВОЛЖСК, УЛ. ФАБРИЧНАЯ, 10  
 Тел.: 8-920-378-33-90

**JUNWEX 2021**  
27-31 ОКТЯБРЯ, ВДНХ  
ПАВ.57, СТЕНД А-42  
[WWW.KU-UK.COM](http://WWW.KU-UK.COM)

**KU&KU**  
jewelry



Производство и оптовая торговля: 156013, г. Кострома, ул. Галичская, д. 100 стр. 6 / тел.: +7(4942) 49-41-47  
Оптовое представительство: 123060 г. Москва, м. Октябрьское поле, ул. Расплетина, д. 24, т.: 89191098787 / e-mail: info@ku-uk.com

ИЗДЕЛИЯ ИЗ СЕРЕБРА И НАТУРАЛЬНОГО КАМНЯ, ОРУЖИЕ, СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

www.silverhouse44.ru



## Серебряный Дом

БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ • ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ!

*Мы предлагаем огромный выбор изделий православной тематики, цепи машинного и ручного плетения, ионизаторы воды, мужские печатки, ложки (литьевые и штампованные), украшения с синтетическими и натуральными вставками*

*Производим цепи машинной и ручной вязки и по давальческой схеме*



**ВСЕГДА В НАЛИЧИИ • ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА**

Костромская обл.  
пгт Красное-на-Волге  
ул. Советская, д. 88  
stepenina@mail.ru

**8 800 234-43-35**  
(звонок по России бесплатный)

тел.: 8 (49432) 2-44-45  
8 (910) 950-55-09

**JUNWEX Москва**

**27-31 октября 2021 г.**  
пав. 57, стенд А-15А

# MJ

Стиль  
в деталях



**НАША КОМАНДА**

это художники и мастера ювелирной отрасли с опытом работы более 15 лет.

Мы внимательно изучаем и при необходимости внедряем современные технологии с сохранением традиций и творческого подхода в изготовлении ювелирных изделий.

**ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО ПОЛНОГО ЦИКЛА,  
БАЗИРУЮЩЕЕСЯ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ**

Коммерческий отдел:  
milova.e@miestiljewelry.com  
8-931-299-73-55

Сотрудничество:  
info@miestiljewelry.com  
8-800-444-11-70

ИЗДЕЛИЯ ИЗ СЕРЕБРА И НАТУРАЛЬНОГО КАМНЯ, ОРУЖИЕ, СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ



Гарнитур  
ВЕРБА

Вставка: лабрадор



Санкт-Петербург  
+7(812)309-03-30



+7(911)929-23-32

samorodok.com

Костромская обл., п. Красное-на-Волге, ул. Заовражная, д. 7, тел.: 8 (960) 738-55-10, 8 (960) 738-51-81, e-mail: ravel92006@rambler.ru



# ЯКУШЕВ

## ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ

ИЗГОТОВЛЕНИЕ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ



# НЕВСКИЙ-Т

ПРОИЗВОДСТВО  
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ  
ИЗ СЕРЕБРА 925<sup>0</sup>



📍 г. Санкт-Петербург, ул. Бестужевская, д. 10  
☎ 8 (812) 386-86-08, 📞 8-921-416-26-62  
✉ tarasova\_tanya@mail.ru  
📷 @nevskyt\_official  
🌐 www.nevsky-t.ru

Галерея @budagh\_art.jewelry  
 Продукция @artem\_budagh

*Budagh  
 Jewelry*



Кольцо: Золото 750°, Серебро 925°,  
 Бриллиант 0,04 кар., Метеорит Сеймчан

## Ювелирная студия BudaghArt Jewelry Артёма Будаха

Производство эксклюзивных, сингулярных ювелирных украшений из серебра с элементами из золота, титана, метеоритов, драгоценных и полудрагоценных камней, стабилизированной древесины, полимерных материалов.  
 Собственный дизайн и изготовление.

С уважением и любовью к пространству!

+7-923-235-6263 • +7-913-007-0313  
 E-mail: gaumaker@gmail.com

Москва: Хорошеевское шоссе, д. 16, стр. 3  
 Салон «Алмазы Якутии», ТЦ «На береговой»



ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО ИЗДЕЛИЙ  
ИЗ СЕРЕБРА И СЕРЕБРА С ПОЗОЛОТОЙ  
**ПРАВОСЛАВНОЙ ТЕМАТИКИ**

# МАСТЕРСКАЯ ПЕРЕЛЕТОВА

КРАСОТА ПРАВОСЛАВИЯ В  
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЯХ



Широкий  
ассортимент

КОЛЕЦ · НАТЕЛЬНЫХ КРЕСТОВ  
МОЩЕВИКОВ · БРАСЛЕТОВ · ЛОЖЕК  
ИКОНОК · СТОЛОВЫХ НАБОРОВ

Также изготовление по индивидуальным заказам  
изделий в технике штамповки любой тематики:  
монеты, медали, значки, жетоны, бейджи и др.

Костромская обл., п. Красное-на-Волге  
тел. +7 (903) 897-92-91

E-mail: pereletov.1980@mail.ru

Instagram: pereletov\_is\_workshop



ИЗДЕЛИЯ ИЗ СЕРЕБРА И НАТУРАЛЬНОГО КАМНЯ, ОРУЖИЕ, СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ



Маршал.сайт

## МАРШАЛ

- БЫТЬ ПОВЕДИТЕЛЕМ -



8 (4932) 26-18-01, 26-14-55

marshal1967@mail.ru

JUNWEX Москва 2021  
27-31 октября 2021 г., павильон 57

Стенд А-223

Новое  
путешествие  
в «САВАННУ»



Студия **ФилЛарт** (Санкт-Петербург)  
<http://filart.su> e-mail: [info@filart.su](mailto:info@filart.su)  
 т. 8 (812) 435-50-82



Коллекция экзотических масок  
**САВАННА**  
 серебро, горячая эмаль, фианит

**Тагилит**  
 ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ  
 С КАМНЕМ

г. Нижний Тагил  
 Тел.: +7 922 222.73.07, +7 912 675.07.01  
[tagilit@inbox.ru](mailto:tagilit@inbox.ru) | [@tagilit](https://www.instagram.com/tagilit)  
[www.тагилит.рф](http://www.тагилит.рф)

[www.moda100.ru](http://www.moda100.ru)  
**Верона**  
 торговый дом

- **ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ**  
 с фианитовыми, драгоценными и полудрагоценными камнями
- **ВСЕГДА В НАЛИЧИИ ШНУРКИ**  
 из натуральной и экокожи

**БОЛЬШОЙ ВЫБОР АВТОРСКИХ РАБОТ С КАМНЯМИ И БЕЗ,**  
 от ведущих дизайнеров  
 (обновляется каждый месяц)

г. Москва, 1-я ул. Ямского поля,  
 д. 17, корп. 9, офис 23  
 Тел.: +7 916 373-1000  
 +7 (495) 870-55-05  
 e-mail: [vipverona@bk.ru](mailto:vipverona@bk.ru)

**ОПТОВЫМ КЛИЕНТАМ —**  
 отличные условия и скидки

**Диамиды®**  
ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

(921) 555-02-02 (921) 555-05-05  
(812) 334-85-05  
sale@diamida.ru  
diamida.ru  
serebroopt.ru

Русский **РА** Альянс  
Производство ювелирных изделий

**Воплощение  
престижа!**

г. Ковров, ул. Урожайная, д. 112  
Тел.: +7 (49232) 6-19-74, 6-19-71  
rusal33@mail.ru • www.rusal33.ru

*Русские Ремесла*  
**РР**  
ЯРОСЛАВЛЬ

Ювелирные украшения из серебра rusremesla clubrusskieremesla Ярославль, ул. Малая Октябрьская, 6  
Сувенирная продукция [remesla@yareoslavl.ru](mailto:remesla@yareoslavl.ru) (4852) 32-96-06, 40-88-01  
Посудная группа [www.rusremesla.ru](http://www.rusremesla.ru) 45-78-31, 48-66-97

ИЗДЕЛИЯ ИЗ СЕРЕБРА И НАТУРАЛЬНОГО КАМНЯ, ОРУЖИЕ, СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ВЫСТАВКИ

Наши проекты:

**ЮВЕЛИР.info**  
ЮВЕЛИРНЫЙ ПОРТАЛ-СЕРВИС

**ювелир.net**  
международный клуб ювелиров

Всероссийский  
маркет ювелирных  
изделий

# Ювелир ЭКСПО

**ЗОЛОТО**

ЧАСЫ • БИЖУТЕРИЯ

**СЕРЕБРО**

**БРИЛЛИАНТЫ**

АВТОРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ

СУВЕНИРЫ

**8-12  
ДЕКАБРЯ  
2021**

**ВОЛГОГРАД  
ТВК ЭКСПОЦЕНТР**

**(8442) 526-526**

подробности на сайте [www.volgogradexpo.ru](http://www.volgogradexpo.ru)

Организатор



Генеральный  
информационный  
партнер



Информационный  
партнер



# ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА ЭКСКЛЮЗИВ

## 15-19 декабря 2021

ПРИМИТЕ УЧАСТИЕ В КРУПНЕЙШЕЙ ВЫСТАВКЕ  
ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ НА ЮГЕ РОССИИ!

БОЛЕЕ **6 000** ЦЕЛЕВЫХ  
ПОСЕТИТЕЛЕЙ

**ВЫСОКИЙ** УРОВЕНЬ ПРОДАЖ

БОЛЕЕ **80%** ПОСЕТИТЕЛЕЙ  
ДЕЛАЮТ ПОКУПКИ НА ВЫСТАВКЕ

Ростов-на-Дону, пр. Нагибина 30

 (863) 268-77-95

[exclusiverostov.ru](http://exclusiverostov.ru)

 **ДОН**  
ЭКСПО  
ЦЕНТР



**JUNWEX**  
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

  
Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ  
ЮВЕЛИРНАЯ  
РОССИЯ

# ЕДИНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ ПРОГРАММА «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

junwex@junwex.com  
(812) 320-80-99  
(812) 303-98-60  
www.junwex.com

**JUNWEX**

ПЕТЕРБУРГ

2–6 февраля 2022

Санкт-Петербург,  
КВЦ «ЭкспоФорум»

*Лучшие Украшения  
России*

5–8 марта 2022

Москва, ВДНХ,  
павильон 57

*Лучшие Украшения  
России*

15–19 декабря 2021

Москва, ВДНХ,  
павильон 57

**JUNWEX**  
*Premium*

27–31 октября 2021

2–6 февраля 2022

18–22 мая 2022

**JUNWEX**

МОСКВА

27–31 октября 2021

Москва, ВДНХ,  
павильоны  
33, 55, 57

**JUNWEX**

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

18–22 мая 2022

Москва, ВДНХ,  
павильоны  
33, 55, 57

 junwex\_fair

 junwex

 junwex\_official

На правах  
рекламы

**JUNWEX**  
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

  
Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ОТРАСЛЕВОЙ ЖУРНАЛ  
ЮВЕЛИРНАЯ  
РОССИЯ

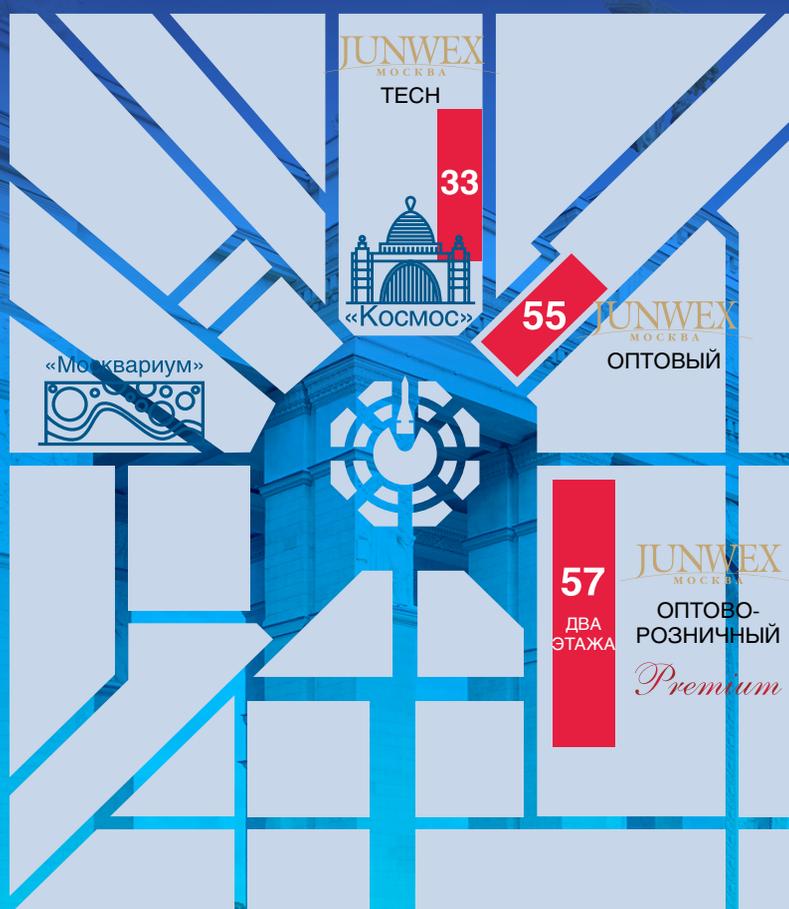
**XVII МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА**

# JUNWEX

## МОСКВА

**27–31 октября 2021**

**Три павильона — 33, 55 и 57**



**ЛУЧШАЯ ВЫСТАВКА РОССИИ  
ПО ТЕМАТИКЕ «ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ОТРАСЛЬ»**  
по данным Общероссийского рейтинга выставок составленного  
Российским союзом выставок и ярмарок (РСВЯ) при поддержке  
Торгово-промышленной палаты РФ (ТПП РФ)

**4·7**  
**НОВАБРЯ** 2021

# БАЙКАЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ САЛОН



## Серебряный Бабр

ФЕСТИВАЛЬ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
 КОНКУРС КАМНЕРЕЗНОГО И  
 ЮВЕЛИРНОГО МАСТЕРСТВА

Мероприятие, которое собирает лучших производителей ювелирной отрасли в одном месте. Это многоцелевой маркетинговый инструмент, который отражает рынок ювелирной отрасли, в конкретном месте и в конкретное время, собирая вместе поставщиков, покупателей, специалистов.



**ИРКУТСК**

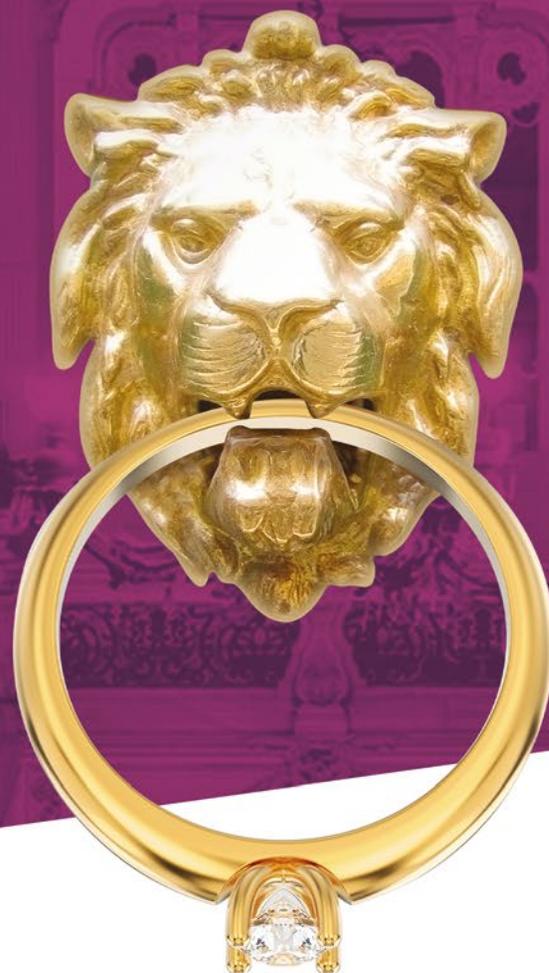
Байкальская, 253А  
 +7 (3952) 35-29-00

**SIBEXPO**  
 CENTRE

ювелирная  
выставка-продажа

# Сокровища Петербурга

Единственная ювелирная  
выставка в России,  
которая проходит  
на дворцовых площадках



11 - 14 ноября

**Сокровища Петербурга**  
Особняк Трубецких-Нарышкиных,  
Чайковского ул., 29

2 - 5 декабря

**Сокровища Петербурга**  
Дворец княгини Юсуповой,  
Литейный пр., 42

23 - 26 декабря

**Сокровища Петербурга**  
Музей Связи им. Попова,  
Почтамтская ул., 7

Более 70% компаний  
участвует у нас  
на постоянной основе

Хорошая репутация  
и наработанная база  
покупателей

[www.expospb.com](http://www.expospb.com)

8 (812) 309 - 84 -74

[info@artexplorer.ru](mailto:info@artexplorer.ru)

**Екатеринбург**

 **УРАЛЬСКИЙ ЦЕНТР ДИЗАЙНА**  
**ул. Горького, 4А**

**18-21**  
**ноября**  
**2021**

# УРАЛ ЮВЕЛИР

**21-я Российская выставка-ярмарка**



УНИВЕРСАЛЬНЫЕ  
ВЫСТАВКИ 

**(343) 355-01-42**

(многоканальный)

**+7-912-242-15-56**

**e-mail: [uvelir@unexpo.ru](mailto:uvelir@unexpo.ru)**

**[www.unexpo.ru](http://www.unexpo.ru)**

**Приглашаем!**

**JUNWEX**  
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

  
Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ  
ЮВЕЛИРНАЯ  
РОССИЯ

# ПРОГРАММА ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

XXX Международный форум ювелирной индустрии

# JUNWEX

## ПЕТЕРБУРГ

### 2–6 февраля 2022

### ЭКСПОФОРУМ

E-mail: [junwex@junwex.com](mailto:junwex@junwex.com); Internet: [www.junwex.com](http://www.junwex.com)



junwex



junwex\_official



junwex\_fair

Ювелирная выставка-конкурс  
им. Карла Фаберже

# JUNWEX *Premium*

9–13 февраля 2022  
Москва, Гостиный двор

**JUNWEX**  
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

[www.junwex.com](http://www.junwex.com)

E-mail: [overseas@junwex.com](mailto:overseas@junwex.com)

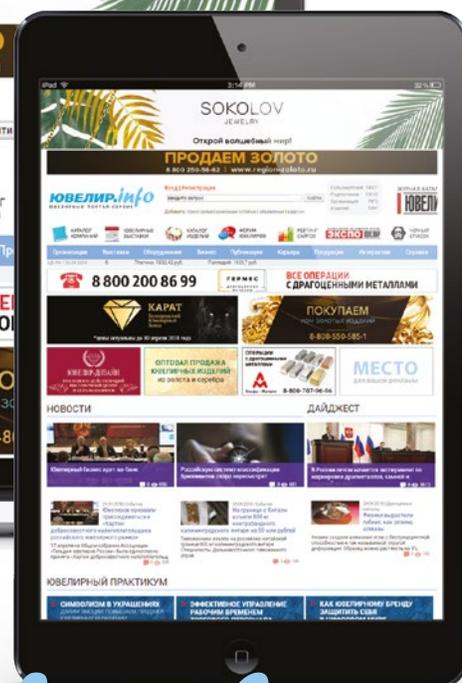
На правах рекламы

# ЧЕРНЫЙ СПИСОК ювелирной отрасли

на форуме ювелиров  
<http://uvelir.net>

«Черный» список — список компаний и предпринимателей, нарушающих деловой этикет, договорные условия, законодательство РФ, в действиях которых есть признаки мошенничества или злостного уклонения от выполнения взятых на себя обязательств.

бесплатная регистрация



# UVELIR.info

интернет-портал для ювелиров

ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ  
БОЛЕЕ **14500**

ПОДПИСЧИКОВ  
БОЛЕЕ **13300**

ОРГАНИЗАЦИЙ  
БОЛЕЕ **7500**

Новости • Пресс-релизы • Выставки • Реестр компаний • Каталог изделий  
Объявления • Вакансии • Резюме • Семинары • Рейтинг сайтов • и другое

[www.uvelir.info](http://www.uvelir.info)

ООО «Золотой Профиль»  
+7 (863) 2820412, 2820413  
e-mail: [support@uvelir.info](mailto:support@uvelir.info)



# ЮВЕЛИР ТЕХ

ювелирные технологии для профессионалов | jewellertech.ru



РОССИЙСКИЕ  
ДРАГОЦЕННЫЕ МЕТАЛЛЫ

8 (800) 444-08-86

info@trade-gold.ru



www.trade-gold.ru

## Выбирайте лучших партнеров!

Смотрите рейтинги, оценки и отзывы продавцов и покупателей по всем участникам рынка драгоценных металлов

**Рейтинг компании**  
На основании оценок и отзывов пользователей

**5.0** ★★★★★

106 Успешно проведенных аукционов

83 Успешно завершенных сделок

14 Оставлено отзывов о компании

**Александр Паршиков**  
ООО ЮвиМаг  
★★★★★

Смотреть все отзывы (14)

Уже год имею дело с данным контрагентом Торги всегда проводил порядочно, ответственно... [Читать полностью](#)

**Серебро**  
Гранулы 999,9

**68,50 руб/г**  
2 500 г

**171 250,00 руб**  
без НДС

3.1 ★★★★★ 23 21

**Серебро**  
Гранулы 999,9

**68,50 руб/г**  
2 500 г

**171 250,00 руб**  
без НДС

4.3 ★★★★★ 118 19

**Золото**  
Гранулы 999,9

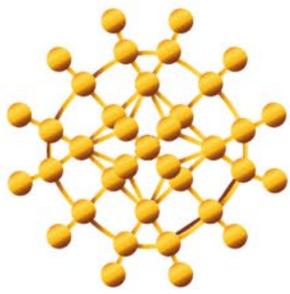
**4 300,00 руб/г**  
1 200 г

**5 160 000,00 руб**  
без НДС

5.0 ★★★★★ 234 112



Для новых участников и пользователей  
**2 месяца бесплатно**



# NANOSTAR

## Top Bio Cleaner

ДРАГОЦЕННЫЕ МЕТАЛЛЫ | ДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ



**NANOSTAR**  
Top Bio Cleaner

**JEWELER PROFI**

Биосредство на гидроэмульсионной основе для чистки ювелирных изделий

**БЕЗВРЕДНО ДЛЯ КОЖИ РУК И ОРГАНОВ**



Полностью биологический состав с активными наночастицами. Безопасно для ювелирных изделий.

250мл

DEVELOPED GERMANY

**NANOSTAR**  
Top Bio Cleaner

**JEWELER LITE**

Биосредство на гидроэмульсионной основе для чистки ювелирных изделий

**БЕЗВРЕДНО ДЛЯ КОЖИ РУК И ОРГАНОВ**



Полностью биологический состав с активными наночастицами. Безопасно для ювелирных изделий.

250мл

DEVELOPED GERMANY

**NANOSTAR**  
Top Bio Cleaner

**JEWELER LITE**

Биосредство на гидроэмульсионной основе для чистки ювелирных изделий

**БЕЗВРЕДНО ДЛЯ КОЖИ РУК И ОРГАНОВ**



Полностью биологический состав с активными наночастицами. Безопасно для ювелирных изделий.

50мл

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ И БЕЗОПАСНЫЕ ЧИСТЯЩИЕ СРЕДСТВА ИЗ ГЕРМАНИИ

| ОПТИКА | ЭКРАНЫ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ

**ПОДОЙДИ С ЭТИМ КАТАЛОГОМ НА НАШУ ПРОМОСТОЙКУ И ПОЛУЧИ ПОДАРОК\***

Посетите наш сайт и получите скидку по промокоду:



**new**

JUNWEX



\* - при покупке любого средства от 150 мл.



Свидетельство о регистрации  
ПИ № ТУ 61 - 00751 от 28.04.2012 г.

Выдано управлением Федеральной службы по надзору  
в сфере связи, информационных технологий и массовых  
коммуникаций по Ростовской области

Учредитель ООО «Золотой Профиль» Издатель ООО «Альфа»

Адрес редакции и издательства  
344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Станиславского, д. 118, офис 601

Тираж 9000 экз.  
РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО

Все права защищены. Полное или частичное воспроизведение  
материалов, опубликованных в журнале «Ювелир-ТЕХ», без  
письменного согласия редакции категорически запрещено.  
За содержание рекламных материалов редакция  
ответственности не несет.

Генеральный директор  
Андрей Викторович Дзюба director@expomedia.ru

Коммерческий директор  
Оконечникова Ирина Петровна irina@expomedia.ru

И.О. Главного редактора  
Оконечникова Ирина Петровна

Арт-директор  
Александр Тутов art@expomedia.ru

Дизайн и верстка  
Александр Тутов art@expomedia.ru

Корректор  
Анастасия Кравцова

Отдел рекламы  
Светлана Женихова svetlana@expomedia.ru  
Наталья Бенда nataly@expomedia.ru  
Наталья Благова n.blagova@expomedia.ru

Интернет-продвижение  
Иван Сиявянский ivan@expomedia.ru

Телефоны отдела рекламы  
+7 (863) 282-21-87, 282-21-88

https://www.expjeweller.ru  
https://www.uvelir.info | https://www.uvelir.net

Дата выхода 25.10.21 г в 6:00

Заказ № 217921

Отпечатано:  
ИП Зубков О.П., г. Ростов-на-Дону,  
ул. Серафимовича, д. 45/54 А

## КОМПАНИИ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В КАТАЛОГЕ:

### 1 теория. практика. опыт

### 2 драгоценные и полудрагоценные камни, вставки

|                              |      |
|------------------------------|------|
| A.S.DIAM DESIGN .....        | 2.16 |
| ALFARI .....                 | 2.18 |
| ALROSA DIAMOND INSPECTOR.... | 2.15 |
| DIADEMA GEMS&JEWELLERY ....  | 2.20 |
| GEMS LAND .....              | 2.19 |
| INDIAN GEMS .....            | 2.19 |
| RADUGA JEWELLERY .....       | 2.20 |
| ABPOC .....                  | 2.17 |
| БРИЛЛАНС .....               | 2.18 |
| ГОРЕВА Н.М. ИП .....         | 2.20 |
| ЗОЛОТОЙ КЛЮЧИК .....         | 2.14 |
| КОРОНА .....                 | 2.18 |
| КУЛИКОВА С.А. ИП .....       | 2.21 |
| ПРАКТИКА .....               | 2.17 |
| СУПЕР ДЖЕМС .....            | 2.16 |

### 3 драгоценные металлы

|                 |           |
|-----------------|-----------|
| AP DM .....     | ОБЛ 1, 3. |
| NEVA-GOLD ..... | 3.24      |

|               |                |
|---------------|----------------|
| РОДОНИТ ..... | 3.21           |
| РДМ .....     | ОБЛ 1, 3.22-23 |
| РЮС .....     | 3.21           |

### 4 упаковка, оборудование и материалы для ювелирного производства, услуги

|                            |                   |
|----------------------------|-------------------|
| BISAN DESIGN .....         | 1.3               |
| INART INSTRUMENTAL .....   | 4.33              |
| LEGOR PLATING .....        | 4.25              |
| <b>NANOSTAR .....</b>      | <b>ОБЛ 2, 0.1</b> |
| PALA JEWELLERY MOULD ..... | 4.28              |
| PALA MACHINE .....         | 4.28              |
| STEEL MACHINE .....        | 4.26-27           |
| UVELIRA.RU .....           | 4.33              |
| ГАЛЬВАНИТ 44 .....         | 4.34              |
| МАГИСТР .....              | 4.34              |
| САВИТАР .....              | 4.29              |
| ТБСС .....                 | 4.34              |
| ТЕХНОКОМ АС НТЦ .....      | 4.30              |
| ЮВЕЛИР ПАРТНЕР .....       | 4.32              |
| ЮМО НЕВА .....             | 4.31              |
| ЮТОС-К .....               | 4.30              |

8 (343) 227-05-01 (02), 8 (922) 035-18-70 ; info@ujcenter.ru ; www.ujcenter.ru



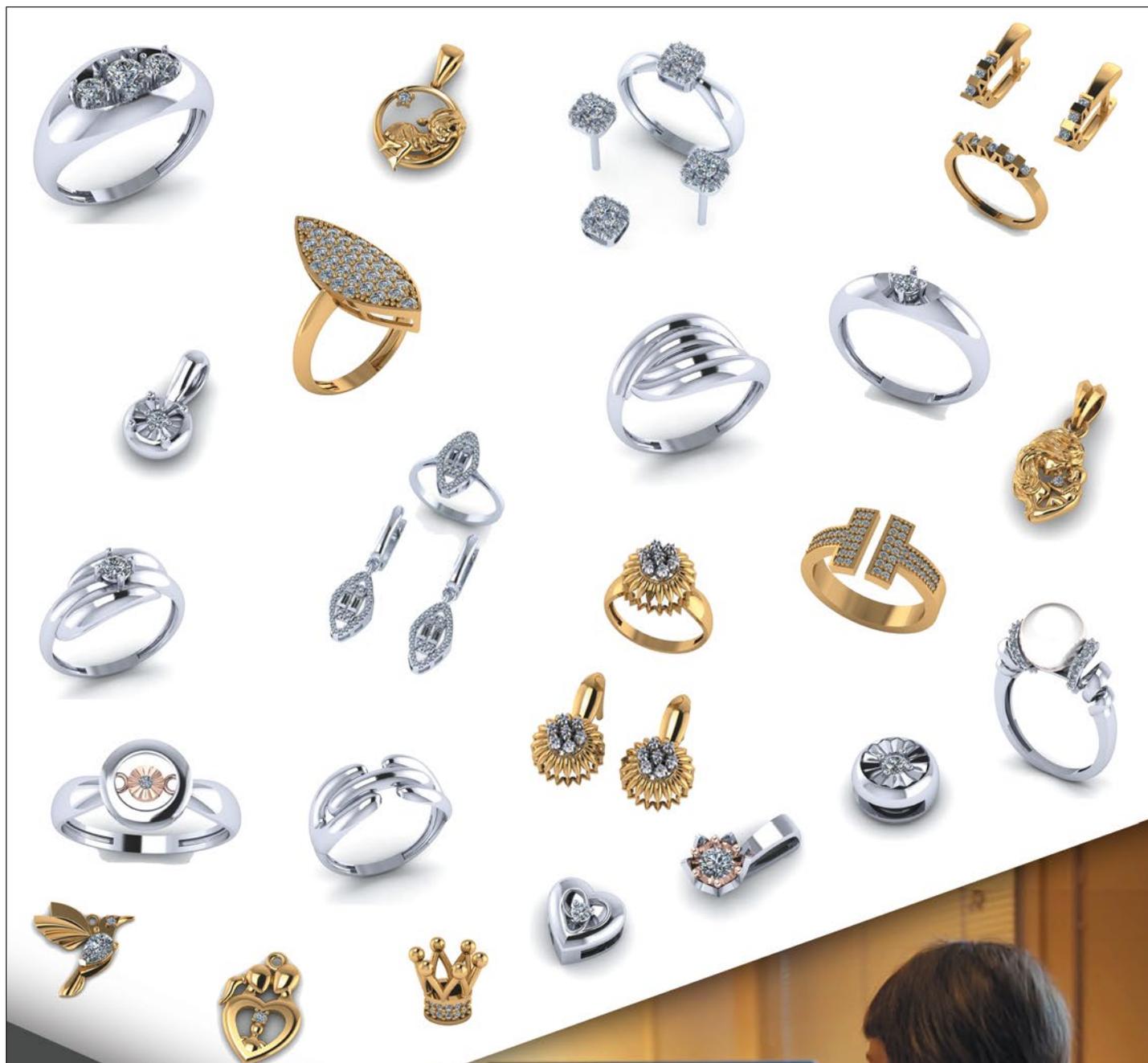
АНО ДПО "УРАЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЦЕНТР"  
УСПЕШНО РАБОТАЕТ С 2012 ГОДА.

СПЕЦИАЛИЗИРУЕТСЯ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
В СФЕРЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ –  
ПОВЫШЕНИИ КВАЛИФИКАЦИИ  
СПЕЦИАЛИСТОВ: РОЗНИЦЫ, ЛОМБАРДОВ,  
СКУПОК, МАСТЕРСКИХ,  
ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ.

С 2019 ГОДА В  
МИКРОФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ: МФК, МКК, КПК.



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
УРАЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЦЕНТР



**B** Bisan Design  
jewelry design and master models

- *Мастер-Модельер высшей категории*
- *Специальные Заказы любых моделей с размерами ваших камней и вставок*
- *Экспрес Доставка в любую точку России (до г.Москва - 2 дня)*
- *Скорость и Четкость в исполнении работы (от Эскиза до прессформы - 5 дней)*
- *Уникальные цены, радующие заказчика (от 1300 руб за готовую модель в прессформе)*
- *Возможность отправки (.stl) файлов (обращайтесь за тест-файлом)*

Для Получения Каталога и Информации: [mahmoudru@ya.ru](mailto:mahmoudru@ya.ru) / Whatsapp  +90 531 333 99 00

# ТИТАН

## И УКРАШЕНИЯ ИЗ ТИТАНА



### Сергей Галанин

Доктор технических наук, профессор кафедры технологии художественной обработки материалов, художественного проектирования, искусств и технического сервиса Костромского государственного университета, профессор по специальности «техническая эстетика и дизайн», академик Российской академии естественных наук (РАЕН), член-корреспондент Российской инженерной Академии (РИА), академик Академии технической эстетики и дизайна, член Союза дизайнеров Российской Федерации, заслуженный изобретатель Костромской области, кавалер орденов М. Перхина и Ф. Бирбаума мемориального фонда К. Фаберже, автор 22 патентов России и авторских свидетельств СССР, автор более 350 научных публикаций и книг, в том числе по ювелирным технологиям и дизайну.

тел. +7 915 914-90-96

ВСЕ ЧАЩЕ В ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЯХ И БИЖУТЕРИИ СТАЛИ ПРИМЕНЯТЬСЯ НЕТРАДИЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ – ТИТАН И АЛЮМИНИЙ. БОЛЕЕ ПОДРОБНО РАССМОТРИМ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТИТАНА

Согласно законам Российской Федерации, к ювелирным украшениям относят изделия из недорогих металлов и сплавов, если они украшены драгоценными и полудрагоценными камнями, соединены с частями изделия, выполненными из драгоценных металлов и сплавов. Покрытия из золота или других драгоценных металлов, нанесенные гальванически, напылением или другим способом (кроме плакирования), не позволяют бижутерию отнести к ювелирным изделиям.

Таким образом, если украшения выполнены только из титана или алюминия, то это – бижутерия. Если в из-

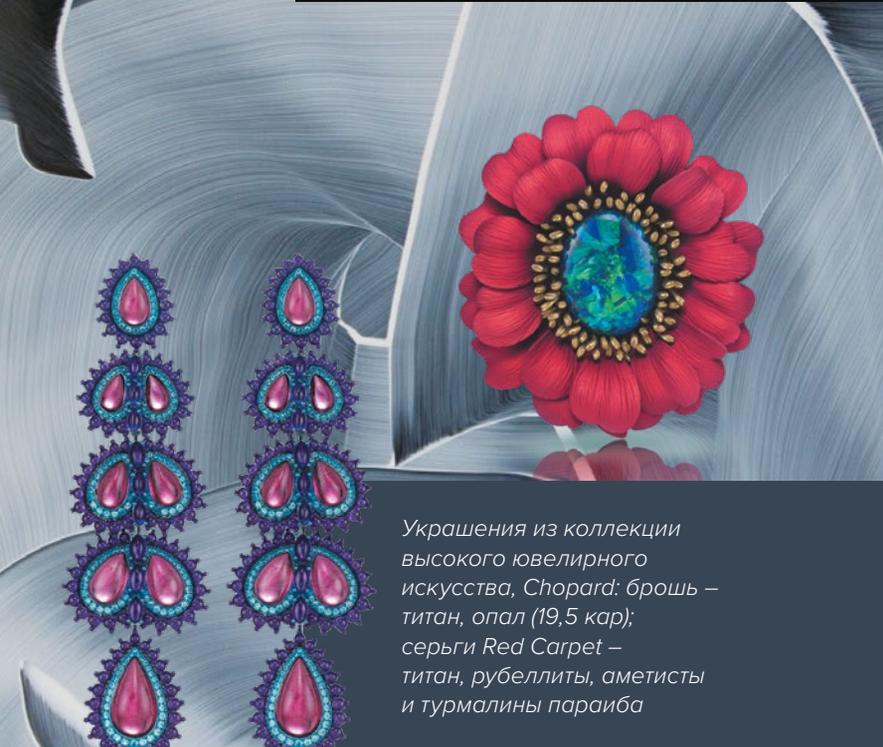
дели присутствуют драгоценные металлы и камни – уже ювелирные украшения. Поэтому, как правило, изделия только из титана или алюминия ювелирной промышленностью практически не производятся.

Оксид титана  $TiO_2$  впервые был обнаружен в 1789 году английским ученым-минерологом У. Грегором. Первый образец металлического титана получил в 1825 году шведский химик и минераловед Й.Я. Берцелиус. Широкое его применение в промышленности началось только в середине прошлого века, в основном в авиации и ракетостроении. Сегодня трудно найти отрасль, где бы не применялся этот уникальный металл.



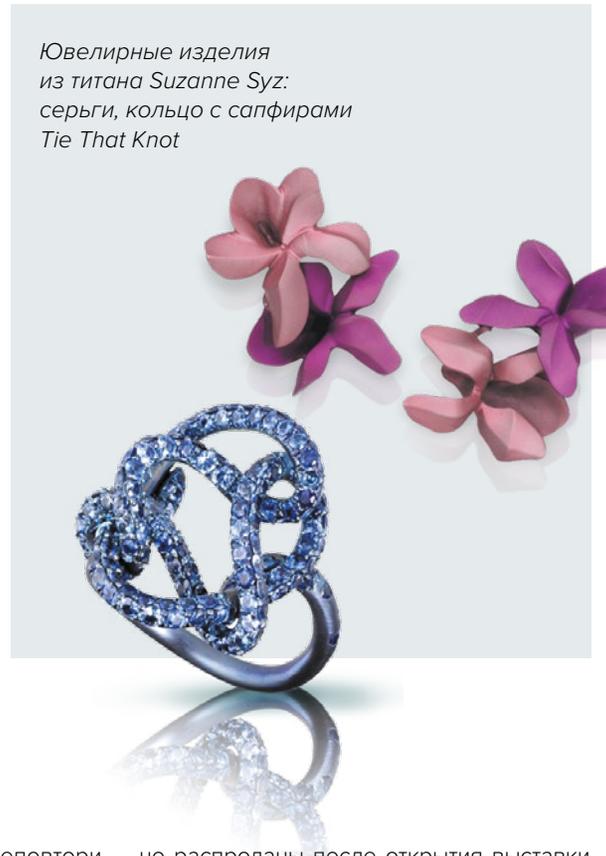
IWC Porsche Design Ocean 2000

Украшения  
из титана  
Жоэля  
Розенталя



Украшения из коллекции  
высокого ювелирного  
искусства, Chopard: брошь –  
титан, опал (19,5 кар);  
серьги Red Carpet –  
титан, рубеллиты, аметисты  
и турмалины параиба

Ювелирные изделия  
из титана Suzanne Syz:  
серьги, кольцо с сапфирами  
Tie That Knot



Часы были первым украшением, в котором использовали титан. Они увидели свет в 1980 году благодаря тандему Porsche Design и всемирно известного производителя часов International Watch Company (IWC). Благодаря часам IWC Porsche Design Titan Chronograph появилась фирменная обработка корпусов часов «Порше», компании, которая была известна своими автомобилями. Родились и знаковые модели, например IWC Porsche Design Ocean 2000, способные работать под водой на глубине 2000 метров.

Популяризовал титан как материал для украшений Жоэль Артур Розенталь. Создатель бренда JAR начал использовать этот металл в своих работах в конце 80-х годов прошлого века. Изделия мастера



Клипсы,  
титан, JAR

уникальны и неповторимы. И именно титан позволил создавать визуально массивные и в то же время легкие украшения.

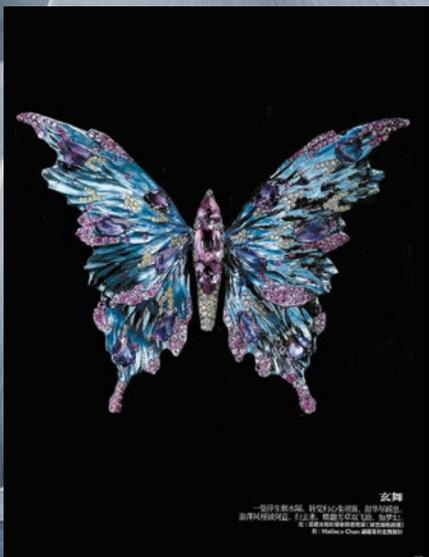
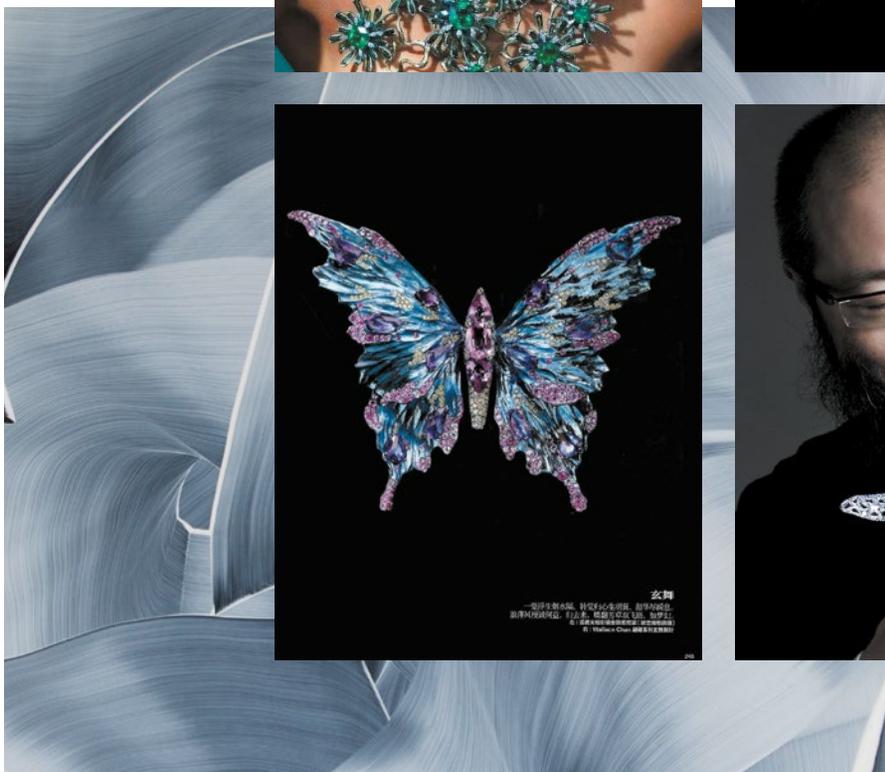
С лаконичным «спасибо» клипсы из лепестков цветного титана отправились по домам клиенток Розенталя вместо привычных букетов. Так создатель бренда JAR отблагодарил поклонниц, которые одолжили собственные украшения для его выставки в лондонском Somerset House в 2002 году, 145 вещей из 400 представленных были из частных коллекций. Затея так увлекла дизайнера, что для выставки в качестве небанальных сувениров он сделал еще 1000 пар клипсов из титана. Из-за насыщенного цвета оксидного покрытия и формы лепестки выглядели объемными и реалистичными. Клипсы были мгновенно

распроданы после открытия выставки. Аналогично Жоэль поступил и в 2013-м для масштабной выставки в нью-йоркском Метрополитен-музее, где экспонировалось более 300 драгоценностей бренда JAR.

Возвращению в коллекции высокого ювелирного искусства титан обязан ювелирному дому Chopard, который работает с ним около десяти лет. Незабываемой оказалась коллекция Fleurs d'Opales, представленная в 2015 году: массивные броши и кольца из австралийских опалов в обрамлении чернильного титана выглядят эмоционально и незабываемо. С тех пор в каждой коллекции высокого ювелирного искусства присутствуют изделия из титана. Этот металл в Chopard любят за феноменальную легкость и ювелирную дерзость. Сложность работы в том, что процесс инкрустации титана драгоценными камнями не проходит легко: может пострадать камень.

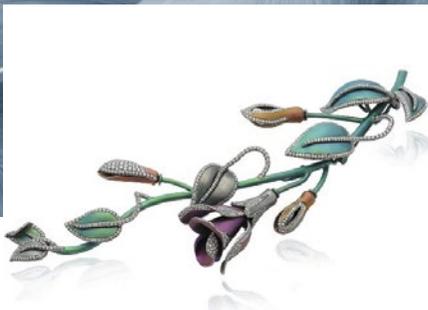
В настоящее время многие известные ювелирные бренды и дизайнеры используют титан в своих украшениях. Среди них можно назвать JAR, Chopard, Сюзанну Сиз (Suzanne Syz), Уоллеса Чана (Wallace Chan), Маргариту Бургенер (Margherita Burgener).

Очень популярен титан у быстро развивающихся китайских ювелирных брендов. Этот металл с его уникальными декоративными возможностями позволяет дизайнерам искусно соединять в одном изделии современность и восточные традиции.



Ювелирные украшения из титана Margherita Burgener

Ювелирные украшения из титана Wallace Chan



## ДОСТОИНСТВА УКРАШЕНИЙ ИЗ ТИТАНА

К достоинствам титана, позволяющим ему занять почетное место на ювелирном олимпе, можно отнести высокую твердость, небольшой удельный вес, коррозионную устойчивость, невысокую стоимость по сравнению с золотом, высокую декоративность.

Этот металл более устойчив к царапинам, вмятинам и деформациям, чем платина,

серебро или золото. Некоторые производители даже дают на титановые изделия пожизненную гарантию. Титан не боится воздействия морской воды, большинства кислот и солнечного света. Однако на его поверхности с течением времени образуется тускло-серая пленка оксидов, которая достаточно успешно удаляется легкой полировкой. Поэтому при должном уходе природный блеск этого металла может сохраниться на долгие годы.

Легкость (он в 2,5–4,5 раза легче драгоценных металлов) позволяет создавать визуально массивные, но относительно легкие украшения. Кроме того, стоимость таких украшений значительно меньше по сравнению с золотыми при соизмеримом уровне дизайна и качества.

При термообработке на поверхности титана образуется красивая оксидная пленка так называемых цветов побежалости. А при химической или электрохимической анодной обработке в растворах большинства органических и неорганических кислот на его поверхности можно создать конверсионные декоративные пленки широчайшей гаммы цветов и оттенков. При этом формирование пленок на полированной и фактурированной поверхности, совмещенной в одном изделии, позволяет значительно обогатить и разнообразить получаемые оптические эффекты, поскольку цвет покрытия на матовой поверхности более насыщенный, чем на полированной.

Титан – гипоаллергенный металл. Он не вызывает никаких побочных реакций при контакте с кожей человека. Из него даже делают различные импланты для медицинских целей.

В различных отраслях промышленности используются многие десятки сплавов титана с другими металлами, обладающие широчайшим набором физико-технологических свойств, но в ювелирке можно применять чистый титан, что в определенной степени является преимуществом.

## НЕДОСТАТКИ УКРАШЕНИЙ ИЗ ТИТАНА

Работать с титаном невероятно сложно и затратно: металл плавится при 1668 °С, и его механическая обработка требует применения дорогого высокотвердого инструмента. Кроме того, металл обладает высокой вязкостью, что также затрудняет его механическую обработку. Титан очень плохо поддается пайке, традиционно используемой при изготовлении ювелирных изделий. При закреплении в титановое изделие камней очень легко повредить

Кольца компании «Титанмет», Россия.

Обручальное кольцо с желтым золотом 585-й пробы и желтым покрытием



Кольцо «Полярная ночь» с черным покрытием и черным бриллиантом

последние. Так что редкие бренды могут сделать из него что-то более затейливое, нежели идеально круглое выточенное на станке кольцо.

Однако титан один из первых металлов, изделия из которого стали изготавливаться по современной 3D SLM технологии, при которой происходит спекание изделий из металлических порошков. Эта технология позволяет создавать сложнопрофильные титановые изделия, изготовление которых обычными способами чрезвычайно затруднено.

Тонкая оксидная декоративная пленка на поверхности титана легко механически повреждается. Поэтому окрашенные титановые изделия менее практичны, чем серебристые. Существует технология напыления на поверхность титановых колец черных или желтых покрытий. Нанесение покрытий производится на вакуумной плазменно-дуговой установке производства фирмы PLATIT (Швейцария). Черное покрытие (AlTiN) и желтое покрытие (TiN) являются упрочняющими и значительно увеличивают поверхностную прочность и износостойкость колец.

Еще один момент, сдерживающий массовое использование титана в украшениях, – невозможность или высокая затратность изменения размера колец и ремонта изделий. Кроме того, золото можно отдать в переплавку, с титаном такое не получится.

В заключение можно сказать, что постоянно меняющаяся мода часто привносит в ювелирную отрасль новые идеи и материалы. Такой была знаменитая эпоха арнуво, отголоски которой можно увидеть в элитных титановых украшениях. Титан занял свое достойное место в ювелирной отрасли. Металл нашел своего ценителя, но мода на него не стала повсеместной, он так и не приобрел массовую популярность. Дорогие, в чем-то непривычные и даже экзотические украшения из-за ярких оттенков и размера иногда выглядят ярче и крупнее костюмной бижутерии, поэтому не сразу находят своих поклонников. Но если ты уже влюбился в титановый ювелирный мир, то он тебя уже не отпустит. Из титана чаще можно встретить вещи эксклюзивные, фантастические и выдающиеся. Такие украшения прорывного дизайна открывают новую яркую страницу в истории мировой ювелирной моды.



# СОЗДАВАЯ НОВЫЕ ЦЕННОСТИ

КАК ВОЗНИКАЕТ И МЕНЯЕТСЯ  
СО ВРЕМЕНЕМ ЦЕННОСТЬ  
ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ



**Юрий Шелементьев**

к.г.-м.н., руководитель  
ГемЦентра МГУ



**Анна Алексеева**

к.э.н., директор по развитию  
ГемЦентра МГУ



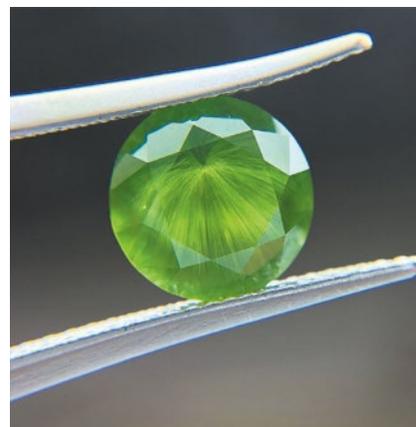
Говоря о драгоценных камнях, обычно ведут речь об их денежной стоимости. Однако монетарная стоимость, желание людей платить за них большие деньги базируется на ценности этих камней. Понятие ценности скорее внутреннее. Эта категория является частью оценочных суждений человека, нашей оценкой окружающего мира. Понятие ценности является базовым: осознание ценности позволяет людям дорожить ценными вещами, например драгоценностями, и хотеть ими обладать. Другими словами, прежде чем продать драгоценность и получить прибыль, ювелиру сначала нужно найти такого покупателя, кото-

рый осознает ценность этого объекта. Давайте поговорим, как в обществе создается ценность драгоценных камней и как она меняется со временем. Определенные усилия помогают создать в обществе понимание, что тот или иной камень является драгоценным и дорогостоящим. Интересно также обсудить, как со временем меняются маркетинговые кампании, направленные на продвижение камней.

Мы видим, что камень или другой объект, товар, актив становится ценным, когда находится достаточно большое количество людей, считающих это ценным. Для примера рассмотрим такое явление, как криптовалюта, кото-



DeBeers. [debeers.com](http://debeers.com)



Демантоид \_включение биссолита  
"конский хвост". Дмитрий Медюха

рая не относится к ювелирной сфере, но активно обсуждается в последнее время. Ценность криптовалют возникла на наших глазах буквально из ничего. Правовой статус биткоина как средства платежа в РФ не установлен, и официально биткоин скорее отнесен к денежным суррогатам. Но цена биткоина очень высокая, сегодня 1 биткоин стоит ~4 321 890 рублей, потому что нашлось большое количество людей, которые посчитали это ценностью.

Сколько стоит камень? Что превращает камень в драгоценность? Как определяется, создается, а порой и выдумывается цена камня? В книгах по геммологии написано, что ценность камней определяют красота, долговечность и редкость. Но внимательное изучение рынка показывает, что ценность зависит от того, какое место занимает камень в сознании людей в обществе. Чтобы общество сочло ценностью тот или иной объект, необходимы определенные условия. Понимание того, каким образом минеральное сырье становится драгоценностью, позволяет индустрии драгоценностей формировать новые тренды на камни. Если индустрия понимает эти процессы, то есть все шансы раскрыть ценность тех или иных камней для широкого круга людей, которые любят драгоценности.

Наиболее яркий пример – это бриллиант. На протяжении XX века он рекламировался в глобальных масштабах. Мы видим, какие это дало плоды: сегодня украшения с бриллиантами – это огромный рынок, камень пользуется повышенным спросом. Приобретение бриллианта в ряде стран и культур стало устойчивой традицией, само слово вызывает ассоциацию с богатством и роскошью.

Также интересен пример культивированного жемчуга. Хотя мы понимаем, что культивированный жемчуг не является природным, тем не менее более чем за 100 лет его присутствия на рынке его признали практически все. То есть и ювелир, и покупатель согласны, что это дорогостоящий товар. По сути, культивированный жемчуг почти полностью вытеснил с рынка природный. Остались только небольшие регионы, такие как Катар, где культивированный жемчуг запрещен. Можно предположить, что желание продавцов искусственных бриллиантов называть их «культивированными» как раз и связано с признанием того, что культивированный жемчуг занял в массовом сознании место природного.

Оба эти примера показывают, что важным фактором ценности является консенсус достаточно большого количества людей, воспринимающих бриллианты или куль-

тивированный жемчуг как драгоценные камни. Даже если в юридическом смысле можно законодательно отнести бриллиант к числу драгоценных камней, а культивированный жемчуг не включить в это число, общество все равно считает оба этих камня ценными. Следовательно, для того, кто задался целью увеличить стоимость того или иного камня, важно создавать маркетинговые кампании, повышать узнаваемость этого камня. Нас интересует количество людей, среди которых будет известен тот или иной камень.

такой-то бренд, то они будут так или иначе продвигать этот бренд, повышать его узнаваемость в обществе.

Маркетинг и реклама делают свое дело. Если хочешь повысить узнаваемость бренда, то надо делать большие финансовые вложения в рекламу. С этой точки зрения раскрутка камня не отличается от раскрутки бренда. Для раскрутки камня также ставится маркетинговая задача: увеличить количество людей, которые знают об этом камне. Только бенефициа-



*Демантоид в ограненном виде и в сырье. Дмитрий Медюха*

Можно сравнить усилия по продвижению камней с усилиями по продвижению брендов. Существуют ювелирные бренды, которые за много лет добились глобального признания. Если человек носит украшения известного бренда и обсуждает это с кем-то другим, этому другому этот бренд тоже известен. И в момент обсуждения оба эти человека подтверждают, что этот бренд известен, его изделия имеют ценность. Работает эффект подтверждения ценности.

Но есть и молодые компании, которые тоже считают себя брендами. У них тоже есть своя целевая аудитория, свои покупатели и ценители, но глобальной узнаваемости еще нет и, может, никогда не будет. Они вполне могут стать популярны на внутреннем рынке или локально в регионе. Если последователи этих молодых брендов будут рассказывать своим знакомым о том, что они покупают и носят

ром этой маркетинговой кампании станет не отдельно какой-то бренд, а ювелирное сообщество в целом. Ювелирная индустрия заинтересована в том, чтобы больше людей узнавали о том или ином камне и через перекрестное реферирование приходили к осознанию (консенсусу), что камень ценен.

Существует множество красивых камней, которые можно считать недооцененными среди потребителей. И если глобальный спрос на отдельные камни, как это было сделано для бриллиантов, создавать долго и дорого, то создавать локальный спрос – вполне реальная и осуществимая задача. Мы считаем, что это может стать трендом XXI века – продвижение все новых и новых цветных камней. Известно несколько примеров, когда определенные камни становились более популярными и ценными после целенаправленной «раскрутки».

Один из примеров – история продвижения малахита в XIX веке. Задолго до того, как в De Beers задумались о продвижении бриллиантов, Демидовы «раскрутили» в Европе уральский малахит, по факту сделав из него драгоценный камень. Властители европейских государств стали использовать малахитовые украшения, мебель из малахита для декорирования своих дворцов, это стало модно, и камень стал пользоваться высоким спросом.

Другой пример – танзанит. Танзанит был открыт в 1967 году. Есть история о том, как геолог вскоре после открытия позвонил в Нью-Йорк вице-президенту ювелирного дома Тиффани Генри Платту и рассказал о новом камне. Генри Платт по достоинству оценил уникальную красоту танзанита, но, прежде чем делать из нового камня настоящую звезду, запросил аналитический прогноз, чтобы понимать прогнозируемые объемы добычи и перспективу вывода на рынок нового камня. Прогноз удовлетворил Генри Платта, и началась рекламная кампания по раскрутке камня. Во многом именно благодаря компании Тиффани танзанит приобрел известность и стал популярен в мировом ювелирном сообществе.

Помимо историй о глобальном продвижении камней, интересно также посмотреть на случаи, когда тот или иной камень более популярен на одних рынках, но меньше ценится на других. Рассмотрим жадеит. Сегодня, имея доступ к открытым информационным источникам по торгам на всемирных аукционах, мы видим, какие рекордные суммы этот камень бьет по продажам, хотя у многих наших соотечественников нет понимания ценности данного минерала. В России он не считается ценностью, в Китае и других восточных странах это драгоценный камень.



Юбилейное кольцо Tiffany Co с танзанитом



Желтый сапфир. WildAlexey

Мы видим, что в данном случае общество на Востоке поддерживает статус жадеита как драгоценного камня, люди говорят, что это ценно, связывают с ним легенды и поверья – и он становится ценным. В России жадеит в первую очередь ассоциируется с камнем, который используют в бане, ну в самом лучшем случае считают поделочным, но никак не драгоценным. Жадеит – хороший пример, когда популярность камня определяется регионом.

На примере Китая видно, как органично вписываются в его культуру и жадеит, и янтарь. Китайцы любят янтарь не столько за его внешнюю красоту, сколько за маги-

ческие свойства, для них это особенный камень, он считается волшебным. Данными качествами камень наделяет «дух янтаря». Китайцы представляют его старцем в коричневой одежде, которого окружает туман, защищающий владельца камня. Но в нашем обществе легенды и предания не придают ценности янтарю, по умолчанию его считают камнем, который носят бабушки. Остается большим вопросом, что нужно сделать, чтобы молодое поколение россиян захотело носить янтарь. Самые большие запасы янтаря расположены как раз в России, но спрос на него уже создан в другом регионе. Добывающим компаниям вряд ли захочется тратить много сил на раскрутку этого камня здесь, ведь рынок там уже существует, а рынок здесь нужно формировать (а это очень долгая перспектива, и неизвестно, насколько успешная).



Параиба. Компания Gemlovers

В целом можно сказать, что российские компании, контролирующие добычу камней, не очень искушены в маркетинге. В последние годы «АЛРОСА» продвигает камни, добытые и ограненные в России. Привело ли это к созданию устойчивого спроса россиян на отечественные бриллианты? Пока этого не видно. Российские изумруды, некогда известные всему миру, успешно замещены колумбийскими и замбийскими, причем не только на мировом рынке, но и на отечественном. Демантоид известен в США, в Японии, в некоторых других странах, а у нас это по-прежнему камень для коллекционеров. Уникальный камень чароит воспринимается как поделочный, то есть недорогой.

Янтарь россияне считают «бабушкиным камнем». И так практически со всеми камнями. То есть богатства наших недр компенсируются непониманием ценности наших богатств, неумением продвигать наши камни. В сырьевых компаниях нет ни маркетингов, ни бюджетов на маркетинг. Вероятно, они считают, что камни должна продвигать торговля. Но торговля будет торговать тем, на что есть спрос. Получается, то, о чем мы пишем в этой статье, для России очень актуально.

В качестве положительных примеров можно привести усилия глобальных ювелирных брендов, которые приносят в Россию моду на те или иные камни: на фантазийные бриллианты, на танзанит, цаворит, мorganит, хризолит. Кроме того, заметна активность в Instagram и других социальных сетях. Именно благодаря этому в России в последнее время увеличился спрос на турмалин параиба и на шпинель всех цветов. У нас на глазах возник спрос на «грозовую» шпинель.

Шпинель не является распространенным камнем, но на протяжении последних десятилетий ее ценность на мировом рынке выросла, цены на шпинель выросли в десятки раз. Сегодня в России даже инфлюенсеры рассказывают о шпинели, повышают ее привлекательность, потребители узнали об этом камне – и спрос на него вырос. Как следствие, дилеры и ювелиры начали зарабатывать на шпинели больше.

На примере локальных рекламных кампаний по продвижению шпинели и турмалина параиба мы видим, что рост узнаваемости и спроса на эти камни возник не потому, что какая-то одна компания начала их рекламировать. Напротив, параиба и шпинель как бы одновременно появились в разных информационных пространствах. Вероятно, эти камни имели потенциал для того, чтобы их «раскручивать». Можно сказать, что для успеха рекламной кампании камня большое значение имеет координация усилий экспертов, блогеров и торговли.

В нашей стране работает профессиональное сообщество – Национальная геммологическая ассоциация. Мы как координаторы этой ассоциации видим потенциал сообщества в приложении к популяризации все большего числа камней, что приводит к созданию добавленной стоимости и росту спроса на эти камни. В выигрыше могут оказаться все стороны. В рамках Национальной геммологической ассоциации планируется организовать дискуссионную панель для обсуждения тенденций и поиска новых концепций и того, каким образом участники рынка могут согласовывать свои действия для увеличения популярности того или иного камня, как именно свойства камня можно представить широкой публике и какие медийные каналы для этого подходят. Планируется, что участники сообщества будут выбирать и совместно развивать каменные тренды.

Уже несколько лет геммологи ассоциации выбирают камень года. Такая традиция будет поддерживаться и дальше, в координации с возможным ростом популярности этого камня. Планируется более осознанная и планомерная работа по продвижению определенных камней.

В заключение мы бы хотели порассуждать о том, какие камни несут в себе потенциал, насколько реально взять их в работу и в будущем увеличить узнаваемость, а заодно спрос и цену. Например, это могут быть добываемые в России демантоид, турмалин, нефрит, жадеит и чарроит. На мировом рынке популярен благородный опал, спрос на который можно серьезно увеличить. Недооцененными представляются сапфиры таких цветов, как желтый, розовый, фиолетовый и падпараджа. И многие другие камни, которые уже высоко оценены на других рынках, могут быть с успехом популяризированы на российском рынке.

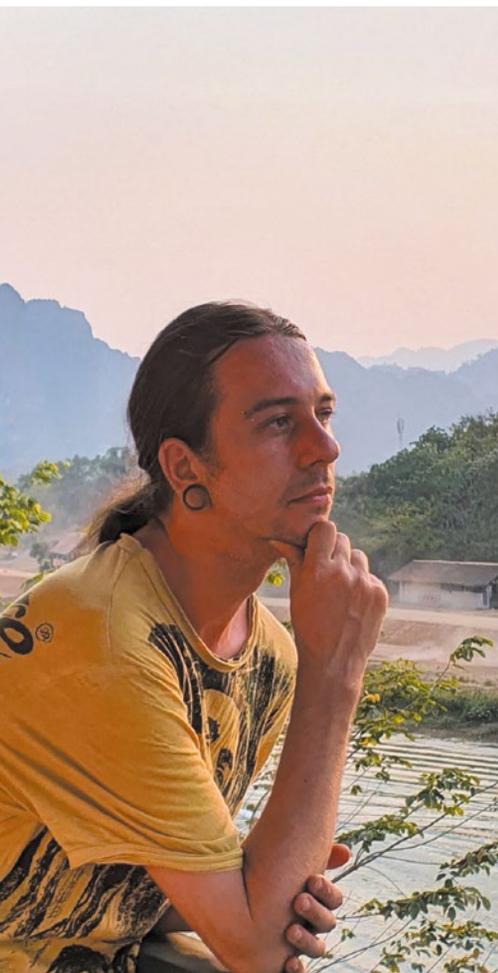
Нужно понимать, что не любой камень подходит для того, чтобы взять его в работу и увеличивать спрос. Нужно учитывать не только его геммологические свойства, но и рыночные факторы. Для примера можно взять александрит, который, с одной стороны, уже широко известен как драгоценный камень. У него большой потенциал, если его начать продвигать, но, к сожалению, совершенно непонятны объемы его добычи. А поскольку мы не понимаем, будет ли он в разумных количествах добываться как в России, так и в мире, то вложение ресурсов в его популяризацию может никогда не окупиться. Таким образом, еще одно важное свойство камня для попадания его в список «интересных» для продвижения – это его наличие на рынке в достаточном количестве.



Танзаниты. Компания Gemlovers



Шпинель. Компания Gemlovers



# НЕСТАНДАРТНЫЕ ФОРМЫ ЦВЕТНЫХ КАМНЕЙ В ЮВЕЛИРНОМ ИСКУССТВЕ ГЛАЗАМИ ОГРАНЩИКА

ОЧЕНЬ ВАЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ НЕСТАНДАРТНЫЕ ФОРМЫ ОГРАНКИ ЦВЕТНЫХ И ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ ДЛЯ ВОДОХНОВЕНИЯ В СОЗДАНИИ НОВЫХ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ, ОТЛИЧАЮЩИХСЯ ОТ РЕЗУЛЬТАТОВ РУТИННОГО ПРОИЗВОДСТВА СТАНДАРТНЫХ МОДЕЛЕЙ

## Дмитрий Данилов

Независимый эксперт геммолог, огранщик.

Член гильдии огранщиков USFG.

Научный руководитель по геммологии Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого.

Основатель собственной художественной мастерской FreakenFru.

Профессиональный опыт обработки камня более 17 лет.

Участник крупнейших ювелирных и минералогических выставок России в Москве, Санкт-Петербурге, Апатитах, а также в Финляндии и Швеции.

e-mail: [freakenfrubox@gmail.com](mailto:freakenfrubox@gmail.com)



**П**о моим наблюдениям, в последние годы набирает оборот индивидуальный подход к созданию ювелирных украшений.

Очень часто люди хотят обладать оригинальным произведением искусства, нежели стандартным.

Важным элементом уникального подхода в разработке моделей под индивидуальный заказ часто выступает необычный камень, как доминанта, так и акцент изделия.

Я, как огранщик с 17 летним стажем работы с натуральными камнями, часто коммуницирую с ювелирами из разных уголков мира. Это позволяет мне анализировать разнообразие ювелирных украшений и их стремление к изменениям в зависимости от аудиторий ювелиров, рост востребованности тех или иных камней, а также влияние мировых трендов на формы и дизайн.

Изменения в тенденциях происходят довольно часто, это частично зависит от перенасыщения рынка. В последние годы все чаще талантливые ювелиры стараются придумать новые формы, интересные идеи, разрабатывают эскизы, и это приводит к росту популярности ювелирных украшений под заказ, но количество подходящих камней и запросов на них часто не совпадает, так как необычных форм довольно мало.

В современном мире все меньше людей выбирают путь огранщиков, а взрослое поколение становится старше, и некому передавать свои знания и опыт.

Существует довольно большое количество очень крупных мастерских по огранке, которые стараются обеспечить рынок востребованными стандартными формами камней, и у них не хватает человеческого ресурса для заполнения других ниш.

С другой стороны, те малочисленные огранщики-одиночки развиваются по-другому. Видя важность создания высоко-

качественных необычных форм, они изобретают собственные подходы и техники, чтобы не бороться с конкуренцией крупных производств, тем самым создавая пласт людей, которые способны научить новое поколение.

На моей практике требования создать определенные формы и размеры – достаточно частое явление. Необходимо обладать уникальным воображением и экстраординарным мышлением, чтобы создать необходимый камень, идеально подходящий под эскизы ювелиров, и услышать их мысли и идеи.



Азия, прииски Камбоджа, Ратанакири, гиацинт, аметист, голубой циркон, горный хрусталь



Виды огранки



А благодаря этому у меня выработался редкий навык точного видения того результата, который хотят получить заказчики.

Моя способность позволяет огранить камень с точностью до 0,1 миллиметра. А это требуется часто, когда уже есть готовая оправа, но нет камней под нее. И поэтому стараюсь найти первоисточники.

Некоторое время назад очень много путешествовал по разным уголкам Юго-Восточной Азии в поисках приисков, где удавалось найти очень редкое сырье для огранки.

Я разработал уникальный инструмент, который увеличивает точность шлифовки, где угол взгляда максимально позволяет увидеть соприкосновение камня с алмазным диском и помогает соблюсти нужные точные размеры, используя собственную уникальную методику.

Ценностью взаимодействия огранщиков и ювелиров является возможность создания необычных форм камней под эскизы, где важно огранить камень, подходящий только под это будущее украшение, а это, в свою очередь, помогает развивать новые стили ювелирного искусства и дарить людям радость.

ЛЮДИ ХОТЯТ  
ОБЛАДАТЬ  
ОРИГИНАЛЬНЫМ  
ПРОИЗВЕДЕНИЕМ  
ИСКУССТВА,  
НЕЖЕЛИ  
СТАНДАРТНЫМ

Более 10 лет на рынке  
Собственное оgranочное производство в России



*Золотой Ключик*

ЮВЕЛИРНЫЕ ВСТАВКИ



Кострома, ул. Титова, 20  
+7 (4942) 42-44-75, 37-72-12  
[www.goldkey-gem.ru](http://www.goldkey-gem.ru)  
e-mail: [gk@goldkey-gem.ru](mailto:gk@goldkey-gem.ru)

# АЛРОСА ТЕХНОЛОДЖИ: ДАЙМОНД ИНСПЕКТОР – ЧЕТЫРЕ ШАГА ВПЕРЁД!

ВСЕГО ГОД НАЗАД АЛМАЗНАЯ ОТРАСЛЬ БЫЛА В ПАНИКЕ: ВСЁ ВЫГЛЯДЕЛО ТАК, ЧТО ТОРГОВЛЯ АЛМАЗАМИ НИКОГДА ДАЖЕ БЛИЗКО НЕ ВЕРНЕТСЯ НА ДОПАНДЕМИЙНЫЙ УРОВЕНЬ. ОДНАКО 2021Й ГОД СОТВОРИЛ ЧУДО! ПРОДАЖИ БРИЛЛИАНТОВ В США СТАВЯТ РЕКОРДЫ! РЫНОК, ЕЩЁ В 2019М ГОДУ НЕПРИЯЗНЕННО ОТНОСИВШИЙСЯ К КАМНЯМ С ЗАМЕТНОЙ ФЛЮОРЕСЦЕНЦИЕЙ – ВДРУГ РЕЗКО РАЗВЕРНУЛСЯ!

Сейчас светящиеся в ультрафиолете (УФ) ночных клубов бриллианты, похоже, становятся молодёжным трендом! Во многом это заслуга отечественной компании «Алроса» и идеи её нового бренда Luminous Diamonds [1].

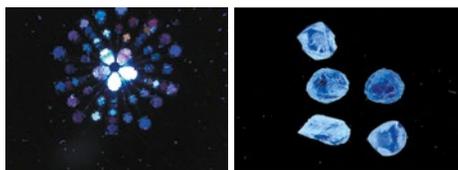


Фото 1. Люминесцирующие кристаллы.

Впрочем, об «Алросе» предстоит говорить отдельно, в частности, о том её подразделении, которое занимается высокотехнологичными решениями: «Алроса Технолджи». Семейство приборов «Алроса Даймонд Инспектор» (англ. Alrosa Diamond Inspector (ADI)) пополнилось четырьмя новыми устройствами.

«Даймонд Инспектор» первого поколения всем хорош, но новое устройство «Алроса Даймонд Инспектор Вайд Скоп» (англ. ADI Wide Scope) – ещё интересней. В отличие от предшественника, этот прибор оборудован гибким щупом, который позволяет проводить тестирование бриллиантов и украшений с ними более оперативно. Прибор сохранил все преимущества предшественника. Главное отличие от первой версии заключается в том, что в новом приборе «Алросе Технолджи» удалось решить проблему различения бриллиантов типа IIa. С помощью «АДИ Вайд Скоп» можно уверенно различать беззотные природные и синтетические камни.



Фото 2.  
ALROSA DIAMOND  
INSPECTOR  
WIDE SCOPE

На базе прибора «Алроса Даймонд Инспектор Вью» (англ. ADI View) разработана версия 2.0. При достаточно невысокой цене, это обновлённое устройство обзавелось более совершенной цифровой камерой, позволяющей более точно рассмотреть поведение алмаза в ультрафиолете, в том числе оценить качество выращенных алмазов.



Фото 3.  
ALROSA DIAMOND  
INSPECTOR  
VIEW 2.0

Следующий прибор, о котором следует упомянуть особо, это «Алроса Даймонд Инспектор Вью Флу» (англ. Alrosa Diamond Inspector View FLU (ADI VIEW FLU)). Его особенность заключается в том, что он может точно измерить уровень флюоресценции бриллианта, по версии Геммологического института Америки (GIA). Всего существует пять категорий флюоресценции: «отсутствует» (англ. NONE), «слабая» (англ. FAINT), «средняя» (англ. MEDIUM), «сильная» (англ. STRONG) и «очень сильная» (англ. VERY STRONG). Этот показатель значительно влияет на конечную стоимость камня.



Фото 4.  
ALROSA DIAMOND  
INSPECTOR VIEW FLU

Последний по списку, но не по значению новый прибор – это «Алроса Даймонд Инспектор Вью Про» (англ. Alrosa Diamond Inspector View Pro (ADI View Pro)). Это самое дорогое устройство из всей линейки «Алроса Технолджи». Устройство позволяет изучить фотолюминесценцию алмаза в трёх диапазонах ультрафиолетовых волн. Помимо LWUV (англ. Long Wave Ultra Violet – «Длинноволновой ультрафиолет») 365 нм и SWUV (англ. Short Wave Ultra Violet – «Коротковолновой ультрафиолет») 254 нм, «АДИ Вью Про» работает с совершенно уникальным диапазоном EGUV (англ. Energy Gap Ultra Violet или «Ультрафиолет энергетической ямы») 225 нм.

Большинство синтетических алмазов, выращенных по технологии CVD, под действием EGUV демонстрируют яркую красную флюоресценцию, что практически безошибочно свидетельствует о неприродном происхождении камня.

## Кому могут пригодиться новые приборы?

- Частным коллекционерам и любителям ювелирных украшений.

Работа с приборами «Алроса Технолджи» – проста и не потребует заумного обучения. ADI Wide Scope в комплекте с ADI View 2.0 и ADI View Flu по стоимости обойдутся дешевле кольца с высококачественным однокаратником. Однако можно гарантировать, что время, проведенное за исследованием собственной коллекции, во-первых, будет интересным, а во-вторых, будет потрачено не зря!

- Ломбардам, скупкам, частным геммологическим центрам и прочим организациям, занимающимся экспертизой, покупкой и перепродажей украшений с бриллиантами.
- Ювелирным салонам и бутикам, специализирующимся на продаже природных или синтетических бриллиантов.

Продавцы природных камней смогут показать своим клиентам натуральное происхождение бриллиантов. Торговцы «синтетикой» продемонстрируют красивейшие явления фосфоресценции и флюоресценции алмаза и помогут подобрать клиенту желаемый цвет свечения.

Кстати, чем не бизнес-идея: подбирать в ювелирные украшения только ярко светящиеся в ультрафиолете камни?

ALROSA  
DIAMOND  
INSPECTOR



По вопросам приобретения оборудования и методического пособия обращаться на сайт <https://alrosa-inspector.com/ru> или по телефонам:

Тел. +7 (495) 108-52-58  
WA. +7 (929) 655-92-84



ASDIAM  
a.s.diam



### Продажа бриллиантов юридическим лицам

- большой ассортимент бриллиантов: бесцветных, желтых, коричневых, фантазийных цветов;
- классические и эксклюзивные формы огранки;
- сертификаты GIA;
- компетентная калибровка и сортировка по международным стандартам;
- лояльные цены и индивидуальные условия;
- удобное приложение для App Store/ Google Play;
- бесплатная доставка при заказе от 20 000 р;
- доставка в регионы Федеральной службой «Спецсвязь России».

### Moscow

W/A +7 977 975 86 90 | E-mail: sales@asdiam.com  
www.asdiam.com



## ООО СУПЕР ДЖЕМС

156016, г. Кострома,  
ул. Северной Правды, д.49, оф. 9  
Тел.: +7 (963)710-38-87  
gems.super@gmail.com

### Полудрагоценные камни

различных видов огранки и формы:  
голубой топаз, швейцарский топаз,  
лондонский топаз, аметист, гранат,  
цитрин, хризолит, прозиолит,  
дымчатый кварц и пр.

### Драгоценные камни:

- Бриллианты
- Сапфиры
- Изумруды
- Рубины

Основные принципы работы компании «Супер Джемс» – предоставление качественных товаров и услуг, обязательность, оперативность работы и индивидуальный подход к каждому клиенту.

Динамичное развитие фирмы служит ярким показателем успешной работы и стабильности качества поставляемой продукции.





## ПРОДАЖА БРИЛЛИАНТОВ И ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ

156026, г. Кострома, +7 (4942) 42-45-12  
Титова, 20 пом. №59 +7 906 522-90-70  
praktikgem@yandex.ru +7 915 919-13-04



- Драгоценные и полудрагоценные камни
- Жемчуг
- Синтетические ювелирные вставки

105082, г. Москва  
пер. Балакиревский, 19  
тел./факс +7 (495) 215-01-00  
e-mail: info@awros.ru

156026, г. Кострома  
ул. Северной Правды, 49  
тел. +7 (4942) 420-420  
e-mail: Kostroma@awros.ru

Костромская обл.,  
пгт Красное-на-Волге,  
ТЦ «Красноград», пав. № 15  
тел. +7 (953) 645-72-78  
e-mail: krasnoe@awros.ru

[www.awros.ru](http://www.awros.ru)



**ALFARI**

КРАСОТА ПРИРОДЫ В БЕЗУПРЕЧНОЙ ФОРМЕ



ПРЕДЛАГАЕМ ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ДРАГОЦЕННЫХ И ПОЛУДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ

Россия, 125430, МОСКВА, МИТИНСКАЯ УЛ. , 16

+7(495) 641-11-66, +7(495) 222-94-94 ✉ alfarigem@mail.ru 📷 alfarigem

ДРАГОЦЕННЫЕ И ПОЛУДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ, ВСТАВКИ



**ЮВЕЛИРНЫЕ ВСТАВКИ:**  
синтетические и природные

**ЛАБОРАТОРНО  
ВЫРАЩЕННЫЕ КАМНИ:**  
бриллианты (технология HPHT)  
изумруды • сапфиры • рубины

**МУАССАНИТЫ:**  
от классической круглой  
бриллиантовой огранки  
до фантазийной

**ПРИРОДНЫЕ КАМНИ  
ЖЕМЧУГ И ПЕРЛАМУТР**

📷 corona\_gem  
📷 corona\_tools

Ростов-на-Дону, Соборный пер., д. 98/1, оф. 18  
+7 960 585-7-585, +7 960 585-0-585



**БРИЛЛАНС**

фианиты и полудрагоценные камни

Распродажа полудрагоценных вставок  
**SWAROVSKI**



**г. Санкт-Петербург**

ул. Яблочкова, д. 3  
тел.: (812) 449-77-92  
olga@bril.ru

**г. Ростов-на-Дону**

Буденновский пр-т, д. 93, оф. 520  
тел.: (8632) 91-32-32  
rostov@brilliance.ru

**г. Кострома**

ул. Северной правды, 49  
тел.: (4942) 42-42-82, 46-62-66  
kostroma@brilliance.ru

**www.bril.ru**

интернет-магазин

# Продажа драгоценных камней

• бриллианты  
• сапфиры  
• изумруды  
• рубины

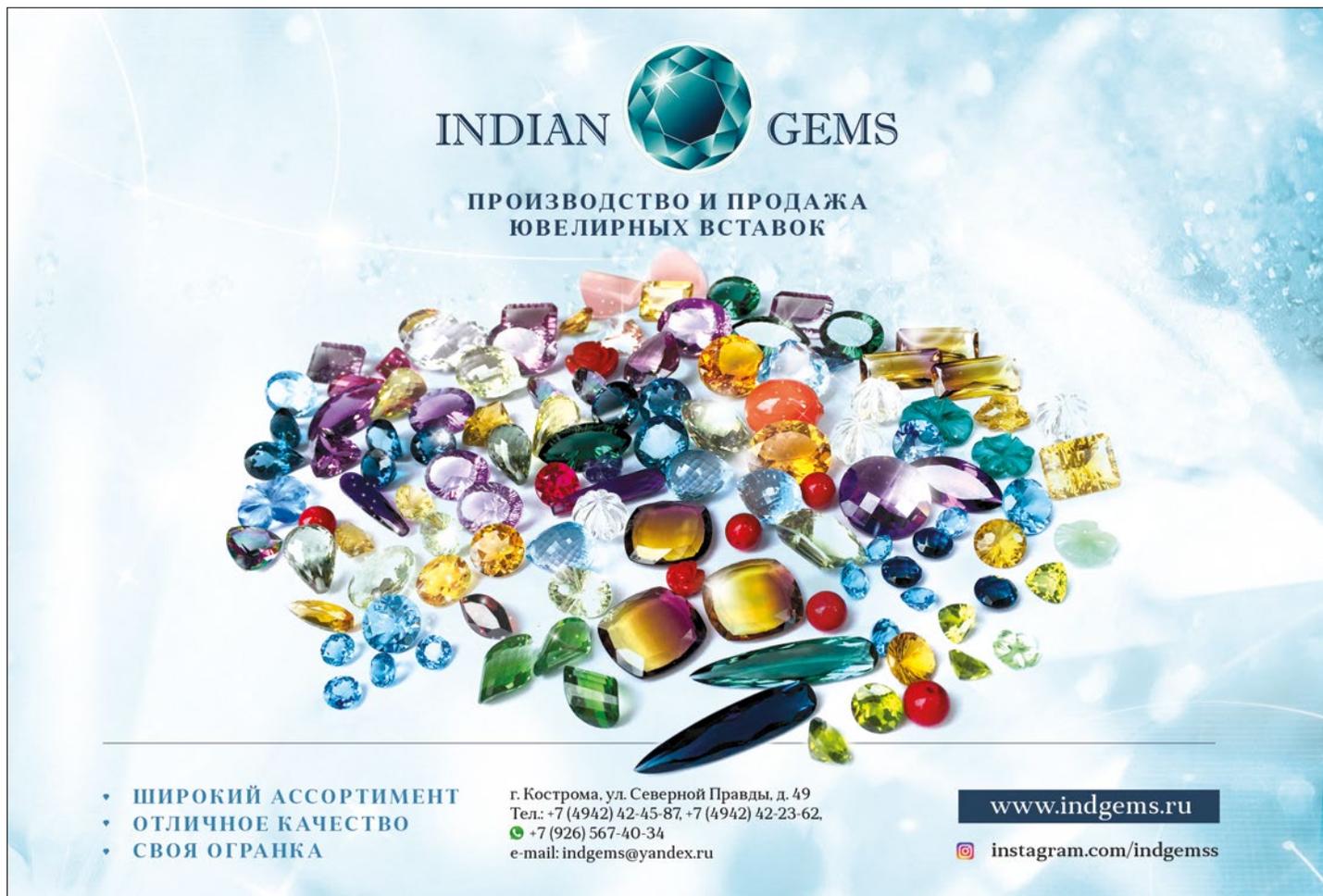


**GemsLand**

Адрес: 156026, г. Кострома,  
ул. Северной правды, д.49, Н.П.55, офис 1  
Тел. +7(4942) 303-115  
E-mail: gems7land@gmail.com

## INDIAN GEMS

ПРОИЗВОДСТВО И ПРОДАЖА  
ЮВЕЛИРНЫХ ВСТАВОК



• ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ  
• ОТЛИЧНОЕ КАЧЕСТВО  
• СВОЯ ОГРАНКА

г. Кострома, ул. Северной Правды, д. 49  
Тел.: +7 (4942) 42-45-87, +7 (4942) 42-23-62,  
+7 (926) 567-40-34  
e-mail: indgems@yandex.ru

[www.indgems.ru](http://www.indgems.ru)  
[instagram.com/indgemss](https://www.instagram.com/indgemss)



# RADUGA JEWELLERY

КРУПНЫЙ ПОСТАВЩИК ЮВЕЛИРНЫХ ВСТАВОК

Благодаря грамотной ценовой политике и оперативной логистике, наша компания старается удовлетворить потребность каждого клиента.

**МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ:**

Бриллианты массой от 0,002 до 2,0 карата огранки Кр-57 различных качественно-цветовых характеристик • Бриллианты массой от 0,002 до 0,01 карата круглой формы огранки Кр-17 • Бриллианты фантазийной огранки и цветов • Изумруды, рубины, сапфиры различных форм огранки.

Будем рады изготовить для Вас украшения и аксессуары из драгоценных металлов с использованием камней различных групп.

У нас можно заказать ювелирные изделия по каталогу, эскизу или фотографии.

Также можем предложить работу по давальческой схеме (Ваш металл, наши камни и модели).

г. Кострома, ул. Советская, д. 38  
 +7 (910) 951-23-44  
 +7 (961) 127-18-13  
 +7 (964) 151-68-79  
 e-mail: jc.bris@yandex.ru  
 инстаграм: @raduga\_jewellery  
 сайт: www.raduga-jew.ru

## ДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ для ювелирных заводов и мастерских



БРИЛЛИАНТЫ • САПФИРЫ • РУБИНЫ  
ИЗУМРУДЫ • ЦАВОРИТЫ  
ТУРМАЛИНЫ • ТАНЗАНИТЫ

ВСЕ КАМНИ  
В НАЛИЧИИ

БЫСТРАЯ  
ДОСТАВКА  
1-3 ДНЯ

СКИДКИ  
ОТ ОБЪЕМА

**СДЕЛАЙ СВОЙ ВЫБОР УЖЕ СЕЙЧАС!**

г. Екатеринбург, ул. Чайковского, 56  
 +7 (343) 239-61-36 | +7 (912) 206-87-68  
[www.diademagems.ru](http://www.diademagems.ru)



**ИП Горева Наталья Михайловна**, в сотрудничестве с компанией Таиланда A.N. Siam Gems Co.Ltd, предлагает Вашему вниманию полный спектр драгоценных и полудрагоценных ювелирных вставок. Наши камни отличаются прекрасной полировкой, имеют хорошую форму и калибровку. Надеясь на взаимовыгодное сотрудничество.

**A.N.Siams Gems Co.Ltd.,**  
 919/512 Jewelry Trade Center  
 44th Floor Room 512, Silom Rd.,  
 Silom, Bangrak, Bangkok  
 10500 Thailand  
 E-mail: ansiamgems@gmail.com  
 +66 80 0757504 Alex

**ИП Горева Н.М.**  
 123022, г. Москва  
 ул. 2-я Звенигородская, д.13,  
 стр. 37, офис 210А  
 E-mail: N.M.Goreva@mail.ru  
 +7 916 220-97-55  
[www.siamgem.ru](http://www.siamgem.ru)

# ИП Куликова Светлана Александровна

## предлагает

### высококачественные ювелирные вставки из:

- \* драгоценных камней — изумруды, сапфиры, рубины
- \* полудрагоценных камней — кварцы, топазы, гранаты, хризолиты, цветные сапфиры, турмалины, бериллы и т.д.

### качество:

- \* отличная огранка и калибровка
- \* предварительный отбор по качеству
- \* даем камни на дополнительный отбор

### условия:

- \* приемлемые цены
- \* наличие на складе в Москве
- \* работаем со всеми регионами РФ
- \* работаем с ювелирными производственными компаниями и частными предпринимателями
- \* гибкие условия сотрудничества



г. Москва | тел./факс: +7 (916) 654-84-92, +7 (916) 701-52-21 | E-mail: REDSgem@yandex.ru | Instagram: gemstars2012

## РУССКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ СТАНДАРТ

### ПРОДАЖА АФФИНИРОВАННЫХ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ:

золото, серебро, платиновая группа

- Аффинаж на крупнейших и надежных аффинажных заводах
- Покупка лома всех видов драгоценных металлов
- Покупка отходов с низким содержанием драгоценных металлов
- Покупка радиоэлектронных ломов

Выдача займов под залог ювелирных изделий



Ваш персональный эксперт в сфере учета ДМ и ДК и ПОД/ФТ/ФРОМУ  
8 962 180-13-21

[www.instagram.com/finexpert\\_44/](http://www.instagram.com/finexpert_44/)

156008, г. Кострома, ул. Юрия Смирнова, д. 4, оф. 22  
+7 903-634-69-96  
+7 962-180-13-23  
+7 962-180-11-75

e-mail: legioncrimea@mail.ru

Прейскурант услуг: +7 (903) 406-63-57



### ДРАГОЦЕННЫЕ МЕТАЛЛЫ

Оптовая торговля | Скупка, переработка ювелирных ломов и отходов

- Собственные производственные мощности: цех по переработке, лаборатория хим.анализа
- Расчет с клиентом по химическому анализу нашей лаборатории
- Клиент может присутствовать при плавке и пробоотборе
- Работаем со всеми аффинажными заводами

Более 10 лет на рынке

346880, Ростовская обл., г. Батайск, ул. Половинко, д. 39  
т./ф.: (86354) 5-19-50



# Статистика и рейтинг

## Выбирайте лучших партнеров

Проверка пройдена



Компания  
**ООО "Золотая находка"**  
Центр продаж  
Дата регистрации 21.06.2021

### Рейтинг компании

На основании оценок и отзывов  
пользователей

5.0 ★★★★★

106  
Успешно  
проведенных  
аукционов

83  
Успешно  
завершенных  
сделок

14  
Оставлено  
отзывов о  
компании



**Александр Паршиков**

ООО ЮвиМаг  
★★★★★

Смотреть все отзывы (14)

Уже год имею дело с данным контрагентом Торги всегда проводил порядочно, ответственно... [Читать полностью](#)

Основное

Анализ компании

Документы

### Документы



Карточка организации.pdf

[Посмотреть](#) [Загрузить](#)



Свидетельство ОгРН.pdf

Свидетельство ОгРН/ИП или лист о создании юридического лица или лист записи ЕГРИП для индивидуального предпринимателя

[Посмотреть](#)



Свидетельство.pdf

Свидетельство ИНН /КПП о постановке на налоговый учет

Свидетельство приклеплено бухгалтером Стремоусовой Л. Ю. от 21.09.2021

[Посмотреть](#)



Выписка.pdf

Выписка из ЕГРЮЛ/ЕГРИП

[Посмотреть](#)



Уведомление.doc

Уведомление ГИПН о постановке на специальный учет в Пробирной палате

[Посмотреть](#)

## Наша миссия - сделать рынок драгоценных металлов открытым и цивилизованным!

### ◆ Рейтинг участника

Выбирайте надежного партнера по рейтингу участников и заключайте сделки

### ◆ Отзывы об участниках

Получите объективную и проверенную информацию об участнике, соблюдая принцип должной осмотрительности

### ◆ Повышайте эффективность

Настраивайте свои бизнес-процессы, получая обратную связь от ваших партнеров



Разработано с участием  
**Ассоциации Профессиональных  
Участников Рынка Драгоценных Металлов**



trade-gold.ru

Позвоните нам

**+7 (800) 444 - 08 - 86**

Или напишите свой вопрос

**info@trade-gold.ru**

Для новых участников  
и пользователей

**2** месяца  
бесплатно

**Предложения металлов**

| Металл                   | Цена           | Объем   | Сумма                 | Дата отгрузки |
|--------------------------|----------------|---------|-----------------------|---------------|
| Серебро<br>Слитки 999,9  | 2 283,60 руб/г | 5 г     | 11 418 руб<br>без НДС | 23.06.2021    |
| Золото<br>Гранулы 999,9  | пересмотр      | 8 г     | пересмотр             |               |
| Палладий<br>Слитки 999,8 | 5 451,60 руб/г | 2 000 г | 10 903<br>с НДС       |               |
| Палладий<br>Слитки 999,8 | 5 283,60 руб/г | 76 г    | 401 55<br>без НДС     |               |

### Предложения металлов

- ◆ Самые выгодные цены и условия
- ◆ Все предложения рынка в одном месте
- ◆ Только надежные поставщики

**Запрос №459836**

Условия поставщика

Вид: Золото гранулы 999,9

Цена (руб/г): 4 111,00 без НДС

Дата отгрузки до: 12 Января 2021

Условия оплаты: Предоплата

### Запросы на металл

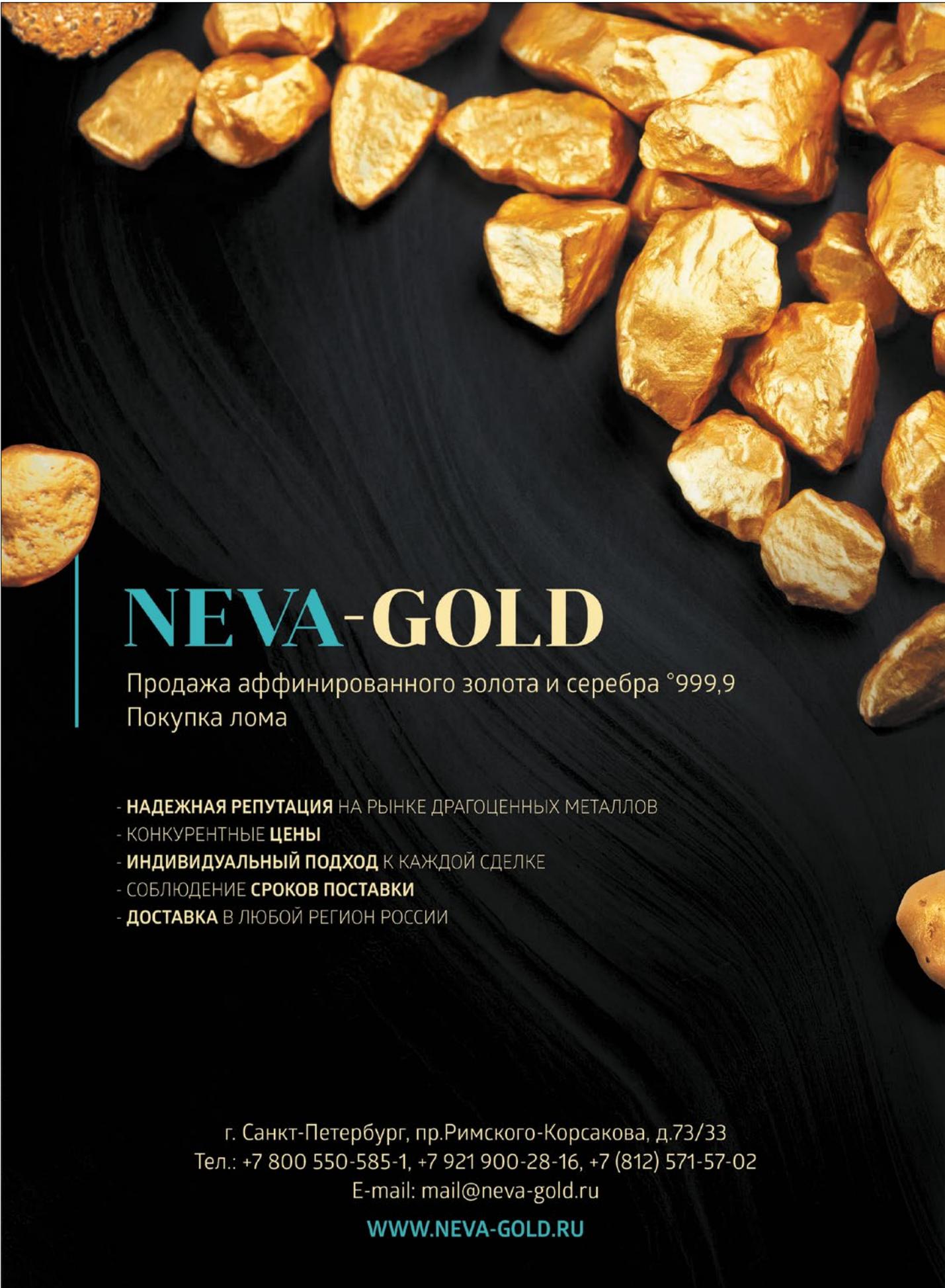
- ◆ Размещайте запросы на покупку на ваших условиях
- ◆ Выбирайте лучшие предложения
- ◆ Расширяйте пул надежных поставщиков

**Аукционы**

| Статус, номер торгов, вид и продавец   | Цена продажи              | Объем | Завершение регистрации | Старт торгов  | Завершение торгов |
|--|---------------------------|-------|------------------------|---------------|-------------------|
| Золото Лом 585<br>32234-24-231<br>ООО «Асентрия»<br>5.0                      | 1 395,00 руб/г<br>без НДС | 5 г   | 12 мар. 13:15          | 12 мар. 13:15 | 12 мар. 13:15     |
| Золото Лом 585<br>32234-24-231<br>ИП Лазаров Иван Олегович<br>4.6            | 1 657,00 руб/г<br>без НДС | 6,7 г | 12 мар. 13:15          | 12 мар. 13:15 | 12 мар. 13:15     |
| Золото Лом 585<br>32234-24-231<br>ООО «МетроГолдМаркет»<br>3.5               | 1 387,00 руб/г<br>без НДС | 10 г  |                        |               |                   |
| Золото Лом 585<br>32234-24-231<br>ООО «Товарищество Ломбардов России»<br>2.2 | 1 334,00 руб/г<br>без НДС | 10 г  |                        |               |                   |
| Золото Лом 585<br>32234-24-231<br>ООО «МарвинМэкс»<br>1.4                    | 1 234,00 руб/г<br>без НДС | 10 г  |                        |               |                   |

### Аукционы

- ◆ Участвуйте или организуйте аукционы
- ◆ Удобный и прозрачный инструмент совершения сделок
- ◆ Свободная конкуренция



# NEVA-GOLD

Продажа аффинированного золота и серебра °999,9  
Покупка лома

- **НАДЕЖНАЯ РЕПУТАЦИЯ** НА РЫНКЕ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ
- КОНКУРЕНТНЫЕ **ЦЕНЫ**
- **ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД** К КАЖДОЙ СДЕЛКЕ
- СОБЛЮДЕНИЕ **СРОКОВ ПОСТАВКИ**
- **ДОСТАВКА** В ЛЮБОЙ РЕГИОН РОССИИ

г. Санкт-Петербург, пр.Римского-Корсакова, д.73/33  
Тел.: +7 800 550-585-1, +7 921 900-28-16, +7 (812) 571-57-02  
E-mail: mail@neva-gold.ru

[WWW.NEVA-GOLD.RU](http://WWW.NEVA-GOLD.RU)

# PTLUX

РАСТВОР ПЛАТИНА-РУТЕНИЙ

| альтернатива родию |

www.legor.com

## НЕ ПЕРЕЖИВАЙТЕ ПРОСТО ВЫБИРАЙТЕ

ПРЕКРАСНЫЙ  
БЕЛЫЙ ЦВЕТ

ПРОСТ В  
НАНЕСЕНИИ

ИДЕАЛЕН  
В КАЧЕСТВЕ  
ПОДЛОЖКИ

ЭКОНОМИЧЕН

**LEGOR**<sup>®</sup>  
plating



В настоящее время цена на родий постоянно меняется. Компании, работающие в сфере производства ювелирных украшений и модных аксессуаров вынуждены делать выбор: повышать цены, менять материалы или находить новые решения. Legor Group и ее передовая научно-исследовательская лаборатория всегда ищут новые способы удовлетворить потребности рынка. Чтобы справиться с резким повышением цен на родий, компания предлагает альтернативу: PTLUX, новый гальванический процесс нанесения покрытия, который делает возможным электроосаждение платины в сплаве с незначительным процентным содержанием рутения. PTLUX был создан с целью получения драгоценного гальванического покрытия, более белого, чем чистая платина, по более низкой цене, чем родий, и менее подверженного рыночным колебаниям.

#### КАКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ У ЭТОГО СПЛАВА?

- Более белый цвет, чем чистая платина (уменьшение координаты b\*)
- Дополнительная экономия по сравнению с нанесением чистой платины
- Простота использования
- Хорошие характеристики в качестве промежуточного слоя перед окончательным покрытием

107076, г. Москва,  
ул. Краснобогатырская, д. 89, стр. 1  
+7 (985) 211-33-20

156019, г. Кострома,  
ул. Станкостроительная, д. 5Б, лит. Б, оф. 1  
+7 (4942) 42-32-33  
+7 (4942) 42-35-21

620142, г. Екатеринбург,  
ул. Щорса, д. 29, оф. 12  
+7 (912) 048-04-98

**8 (800) 250-08-44**



MADE IN TURKEY

**ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ  
ЛИНИИ ПОД КЛЮЧ**

**НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО  
БЫСТРАЯ ДОСТАВКА  
СВОЕВРЕМЕННАЯ  
ТЕХНИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА.**



20mm

2mm



2 mm 3 mm 4 mm 5 mm 6 mm

Адрес : Marmara Sanayi Sitesi otopark Binası 3 kat No 6/B İkitelli Küçükçekmece - İSTANBUL / TÜRKİYE  
Телефоны : +90 212 494 44 60 / Факс : +90 212 494 44 61 / GSM : 0543494 44 60 / E-майл : info@steelkalip.com  
ВЫСТАВОЧНЫЙ ЗАЛ АДРЕС : Kuyumcukent Atölye Bloğu 1. Kat 5. Sokak no:18 Yenibosna – İstanbul TÜRKİY  
Телефоны : +90 212 603 01 77 / Гсм : +90 543 494 44 60 / E-майл : steelsales@steelkalip.com  
[www.steelkalip.com](http://www.steelkalip.com)



MADE IN TURKEY



# ПРОИЗВОДСТВО ШТАМПОВ И ОБОРУДОВАНИЯ

Адрес : Marmara Sanayi Sitesi otopark Binası 3 kat No 6/B İkitelli Küçükçekmece - İSTANBUL / TÜRKİYE  
Телефоны : +90 212 494 44 60 / Факс : +90 212 494 44 61 / GSM : 0543494 44 60 / E-майл : info@steelkalip.com  
ВЫСТАВОЧНЫЙ ЗАЛ АДРЕС : Kuyumcukent Atölye Bloğu 1. Kat 5. Sokak no:18 Yenibosna - İstanbul TÜRKİYE  
Телефоны : +90 212 603 01 77 / Гсм : +90 543 494 44 60 / E-майл : steelsales@steelkalip.com  
www.steelkalip.com



Factory : Gümüşsuyu Cad. Odin Topkapı Center İş Merkezi  
 No: 28/179 Zeytinburnu / İSTANBUL  
 Tel.: +90 212 493 01 91  
 GSM: +90 541 732 86 60 - +90 532 231 59 74  
 Showroom : Yenibosna Merkez Mah. Ladin Sk.  
 Kuyumcukent Atölye Blokları Zemin 7 / 13. Sk.  
 Bahçelievler / İSTANBUL - Tel.: +90 212 924 20 60  
 info@palakalipmakine.com - palakalipmakine@gmail.com



www.palakalipmakine.com  
 📍 pala kalip makine  
 📍 diamond cutting machinery  
 📍 palajewellery\_mould\_machine

**6-7 AXIS  
DIAMOND CUTTING  
MACHINE FOR  
BEADS & BALLS**

**8 AXIS  
DIAMOND CUTTING  
MACHINE FOR  
BEADS & BALLS**

**8+1+1 AXIS  
DIAMOND CUTTING  
MACHINE FOR  
BEADS & BALLS**

**9+1 AXIS  
BALLS & BEADS  
DIAMOND CUTTING  
MACHINE**

**11 AXIS  
DIAMOND CUTTING  
MACHINE FOR BEADS  
& BALLS**

**11+2+1+1 AXIS  
DIAMOND CUTTING  
MACHINE FOR BEADS  
& BALLS**

**DIAMOND CUTTING  
MACHINE FOR  
PIPE & WIRE**

**BALL LASER  
ENGRAVING  
MACHINE**

**"S" DESIGN  
BALL & BEADS  
DIAMOND CUTTING  
MACHINE**

**CNC LINING  
DRAWING &  
CUTTING MACHINE**

**VERTICAL CHAIN  
CUTTING MACHINE**

**LINING DIAMOND  
DRAWING MACHINE**

УПАКОВКА, ОБОРУДОВАНИЕ И МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОГО ПРОИЗВОДСТВА, УСЛУГИ

ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ



## ПЕРЕВОЗКА ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ



### ПЕРЕВОЗКА

ювелирных изделий  
и драгоценных металлов  
на бронированных автомобилях  
в кратчайшие сроки

### АФФИНАЖ

по выгодным условиям  
на крупнейших  
аффинажных  
заводах

### ХРАНЕНИЕ

ювелирных изделий  
и драгоценных металлов  
в специально оборудованном  
хранилище

125047, г. Москва, 1-й Тверской-Ямской пер., 16

Тел. +7 (495) 150-44-04

Email: [info@savitar-logistics.ru](mailto:info@savitar-logistics.ru)

[www.savitar-logistics.ru](http://www.savitar-logistics.ru)

# НАША ПРОДУКЦИЯ – ВАШЕ РАЗВИТИЕ

## ЮВЕЛИРНОЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, СТАНКИ

# ЮТОС-К

## ПРЕССЫ ВАЛЬЦЫ

ВСЕ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОГО  
ЗАГОТОВИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

ИЗГОТОВЛЕНИЕ  $\diamond$  ГАРАНТИЯ  $\diamond$  КАЧЕСТВО  
ОБСЛУЖИВАНИЕ  $\diamond$  ЦЕНЫ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ



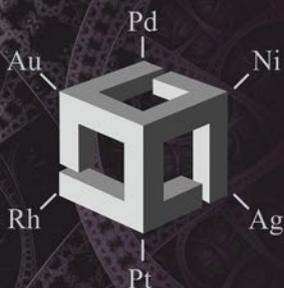
г. Кострома, ул. Ленина, 160

+7 910 660 21 57

e-mail: [utos-k@mail.ru](mailto:utos-k@mail.ru)

[www.utos-k.ru](http://www.utos-k.ru)

## НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ЦЕНТР «ТЕХНОКОМ АС»



1. Гальваническое оборудование, гальванические ванны и расходные материалы для гальванических процессов (золочение, серебрение, родирование, никелирование, меднение, металлизация пластика и др.)

2. Безцианистые электролиты для гальванических ванн и для локального нанесения карандашом (золото, серебро, родий, платина, палладий, никель, медь и др.)

3. Приборы для локальной гальванизации "Трибогальваника 04".

4. Электролиты для подготовки и обезжиривания поверхности, электролиты для электрохимической полировки и размерного травления различного назначения.

5. Технологии нанесения гальванических покрытий на диэлектрики.

6. Технологии и оборудование для процесса гальванопластики.

7. Аноды любой конфигурации, по чертежам заказчика: титановые платинированные, никелевые, медные, аноды из нержавеющей стали и др.

### Принимаем заказы

на гальванические покрытия на изделия заказчика (золото, серебро, родий, платина, палладий, медь, никель и др.)

123995, г. Москва, ул. Электродная, д. 2, стр. 13, подъезд 11, офис 301, 302  
Тел.: 8 (499) 948-06-79, 8 (903) 252-15-07  
e-mail: [mail@technocom-as.ru](mailto:mail@technocom-as.ru) [www.technocom-as.ru](http://www.technocom-as.ru)



# ЮМО НЕВА

(812) 438-56-28, 438-56-29  
[www.jmoneva.ru](http://www.jmoneva.ru)

Санкт-Петербург, пр. Обуховской Обороны, 48  
[info@jmoneva.ru](mailto:info@jmoneva.ru)

## Вальцы ЮМО

*производим с 1992*



пломбы и пломбираторы ЮМО  
ювелирный инструмент, оборудование,  
расходные материалы



# ОБЪЕДИНЯЕМ ЛУЧШИХ!

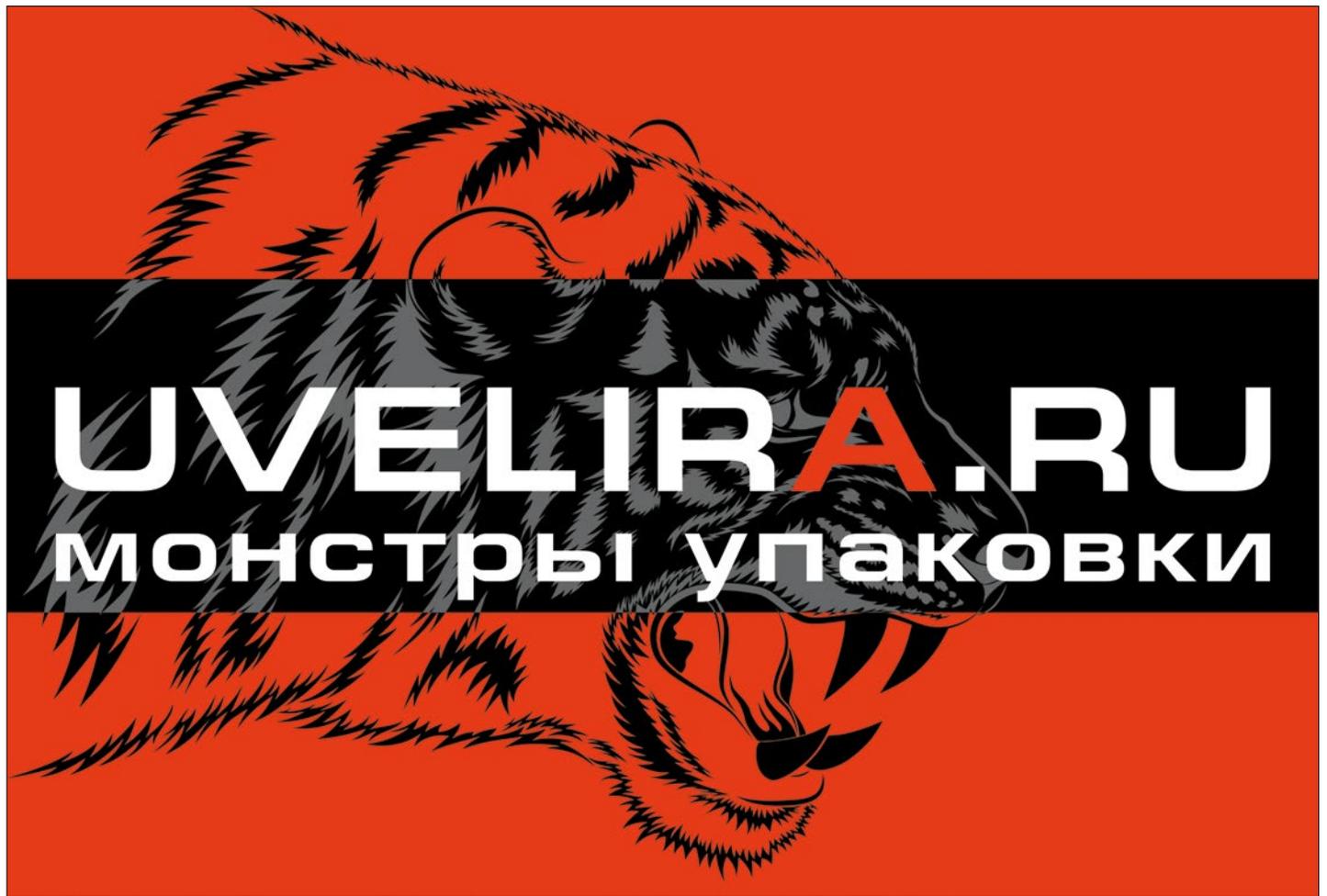
Ювелирное оборудование,  
расходные материалы, инструмент из Турции



Москва, Каширский пр., д. 5, офис 203.  
Тел.: +7 (495) 99-88-966 +7 (915) 04-04-694  
E-mail: info@jeweller-partner.ru

г. Кострома, ул. Гагарина, д. 2Г  
Тел.: +7 (4942) 500-989, +7 (910) 370-21-21, +7 (915) 900-16-81  
E-mail: jp\_kostroma@mail.ru

УПАКОВКА, ОБОРУДОВАНИЕ И МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОГО ПРОИЗВОДСТВА, УСЛУГИ



УПАКОВКА, ОБОРУДОВАНИЕ И МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОГО ПРОИЗВОДСТВА, УСЛУГИ

# INART

ИСКУССТВО НА НОВОМ УРОВНЕ

- все виды штампов для ювелирного производства;
- изготовление технологических приспособлений;
- алюминиевые пресс-формы

пгт Красное-на-Волге, ул. Советская, д. 49  
8-915-915-50-20  
e-mail: inart@krasnoselsk.ru  
<https://inart-tools.ru>

- современное и высокоточное оборудование;
- высококвалифицированный персонал;
- опыт работы более 35 лет



**ООО «ТБСС»**  
 – скорость, безопасность, репутация.  
 ООО «ТБСС» успешно работает в сфере таможенных услуг  
 и транспортной логистики с 1994 года.

Сегодня мы крупнейший оператор в сфере оказания услуг по перевозке, таможенному оформлению и хранению ценных бумаг, валюты, драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них.

ООО «ТБСС» является действительным членом Ассоциации экспедиторов Российской Федерации, членом Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), Некоммерческого партнерства профессиональных таможенных операторов, Алмазной палаты России, членом Ассоциации Гильдии ювелиров России.



Складская логистика



Страхование



Клеймение



Сертификация грузов



Таможенное оформление



Транспортная логистика



Прохождение госконтроля драг. металлов и драг. камней



Оформление выставочных грузов

**Нашими постоянными партнерами являются:**

- Евразийский Алмазный Центр – таможенное оформление и прохождение государственного контроля во Владивостоке, складская и транспортная логистика

125493, Россия, г.Москва, ул.Смольная, д.12, помещение 4.  
 Тел.: +7 495 223-29-92/99, Факс: +7 495 223-29-79  
 www.tbss.ru, e-mail: tbss@tbss.ru

# МАГИСТР

Устройство микродуговой сварки **МАГИСТР-УМД-03**  
 Новый многофункциональный аппарат с увеличенной мощностью и расширенными возможностями для производства и ремонта ювелирных изделий



✉ [magistrsar@mail.ru](mailto:magistrsar@mail.ru)  
 8452473727@mail.ru  
 🌐 [www.magistr.su](http://www.magistr.su)

📍 410033, г. Саратов,  
 ул. Панфилова, 1  
 ☎ (8452) 47-37-27, 45-95-44



РАБОТАЕМ  
**> 5**  
 ЛЕТ

**G** Au Ag Pt Rh  
 Г А Л Ь В А Н И Т 4 4



- ЗОЛОЧЕНИЕ** – ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ЦЕРКОВНОЙ УТВАРИ
- РОДИРОВАНИЕ** – СЕРЕБРЯНЫХ ИЗДЕЛИЙ
- СЕРЕБРЕНИЕ** – МЕЛЬХИОРОВОЙ И ЛАТУННОЙ БИЖУТЕРИИ

Более 50 ювелирных производств пользуются нашей услугой и выбирают нас за индивидуальный подход, быстрые сроки исполнения, высокое качество



**РАДЫ КАЖДОМУ НОВОМУ КЛИЕНТУ!**

Костромская обл., Красное-на-Волге, ул. Советская, 71а  
 +7 999 785-00-09 | +7 953 652-81-39  
 Galvanit44@yandex.ru | [www.galvanit44.ru](http://www.galvanit44.ru)

# ЮВЕЛИР ТЕХ

ювелирные технологии для профессионалов | jewellertech.ru



РОССИЙСКИЕ  
ДРАГОЦЕННЫЕ МЕТАЛЛЫ

8 (800) 444-08-86

info@trade-gold.ru



www.trade-gold.ru

## Выбирайте лучших партнеров!

Смотрите рейтинги, оценки и отзывы продавцов и покупателей по всем участникам рынка драгоценных металлов

**Рейтинг компании**  
На основании оценок и отзывов пользователей

**5.0** ★★★★★

**106** Успешно проведенных аукционов

**83** Успешно завершенных сделок

**14** Оставлено отзывов о компании

**Александр Паршиков**  
ООО ЮвиМаг  
★★★★★

Смотреть все отзывы (14)

Уже год имею дело с данным контрагентом Торги всегда проводил порядочно, ответственно... [Читать полностью](#)

**Серебро**  
Гранулы 999,9

**68,50** руб/г  
2 500 г

**171 250,00** руб  
без НДС

**3.1** ★★★★★ 23 21

**Серебро**  
Гранулы 999,9

**68,50** руб/г  
2 500 г

**171 250,00** руб  
без НДС

**4.3** ★★★★★ 118 19

**Золото**  
Гранулы 999,9

**4 300,00** руб/г  
1 200 г

**5 160 000,00** руб  
без НДС

**5.0** ★★★★★ 234 112



Для новых участников и пользователей  
**2 месяца бесплатно**