**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**
**Будівельно-технологічний факультет**
**Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**
**ЗДОБУВАЧА СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ МАГІСТР**
*на тему :*

# *ПОКРИТТЯ ДЛЯ ПІДЛОГИ НА ОСНОВІ ПОЛІМЕРІВ: ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ, ЯКІСТЬ, ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТУ*

**Виконала:** здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля ОПП «Товарознавство і комерційна діяльність»

**Мойсієнко Оксана Володимирівна**

**Керівник: Юдічева О.П**
канд.техн.наук, доцент.

**Актуальність теми**. Покриття для підлоги на основі полімерів є досить популярними серед споживачів, зокрема лінолеум. Багато споживачів стикаються з проблемою вибору серед великої кількості різновидів лінолеуму – побутового, комерційного, напівкомерційного. Саме тому питання порівняння їх споживних властивостей, ідентифікації матеріалів та оцінки відповідності стандартам набуває особливого значення.

**Мета роботи**. комплексне дослідження факторів, що впливають на формування асортименту, оцінка якості та вивчення організації збуту полімерних покриттів для підлоги, зокрема лінолеуму, на прикладі діяльності ТОВ «Епіцентр К».

**Об'єкт дослідження** - лінолеум як покриття для підлоги на основі полімерів, що реалізується на ринку України, зокрема в мережі ТОВ «Епіцентр К».

**Предмет дослідження** - процес формування асортименту, показники якості та споживні властивості лінолеуму, а також організація його збуту.

**Наукова новизна одержаних результатів.**

полягає у вдосконаленні теоретичних і практичних підходів до оцінки якості та конкурентоспроможності полімерних покриттів для підлоги. Уперше систематизовано полімерні матеріали для підлогових покриттів за структурними, функціональними та екологічними ознаками. Розроблено методичний підхід до комплексної оцінки конкурентоспроможності лінолеуму, що враховує не лише техніко-економічні, а й маркетингові показники.

## ЗАВДАННЯ:

- *дослідити* склад, властивості, класифікацію та основні види полімерних матеріалів для покриття підлоги;
- проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку ринку лінолеуму в Україні;
- *вивчити* вплив сировини та технології виробництва на формування споживних властивостей полімерних матеріалів; розглянути інноваційні напрямки розвитку технологічного процесу ;
- *вивчити* переваги та недоліки існуючих способів укладання лінолеуму;
- *проаналізувати* асортимент лінолеуму в ТОВ «Епіцентр К»;
- *вивчити* ключові конкурентні переваги ТОВ «Епіцентр К» під час реалізації лінолеуму;
- *провести аналіз* маркування лінолеуму; визначити якість дослідних зразків лінолеуму за візуальними та фізико–механічними показниками; провести одориметричне дослідження;
- *провести розрахунки* конкурентоспроможності дослідних зразків лінолеуму.

*Таблиця 1*

# *Характеристика основних типів полімерів*

| Тип полімеру | Основні властивості | Приклади | Використання в будівництві |
|---|---|---|---|
| Термопластичні | розм'якшуються при нагріванні, твердіють при охолодженні; придатні для переробки | поліетилен, ПВХ, полістирол | плівки, труби, лінолеум |
| Термореактивні | не плавляться після затвердіння, мають високу міцність і теплостійкість | епоксидні, фенолформальдегідні смоли | клеї, лакофарбові покриття |
| Елементоорганічні | містять атоми кремнію, титану тощо; відзначаються стійкістю до температур і УФ | силікони | герметики, покриття фасадів |
| Біополімери (нові) | розкладаються в природі, нетоксичні | полілактид, біонейлон | еко–підлоги, декоративні панелі |

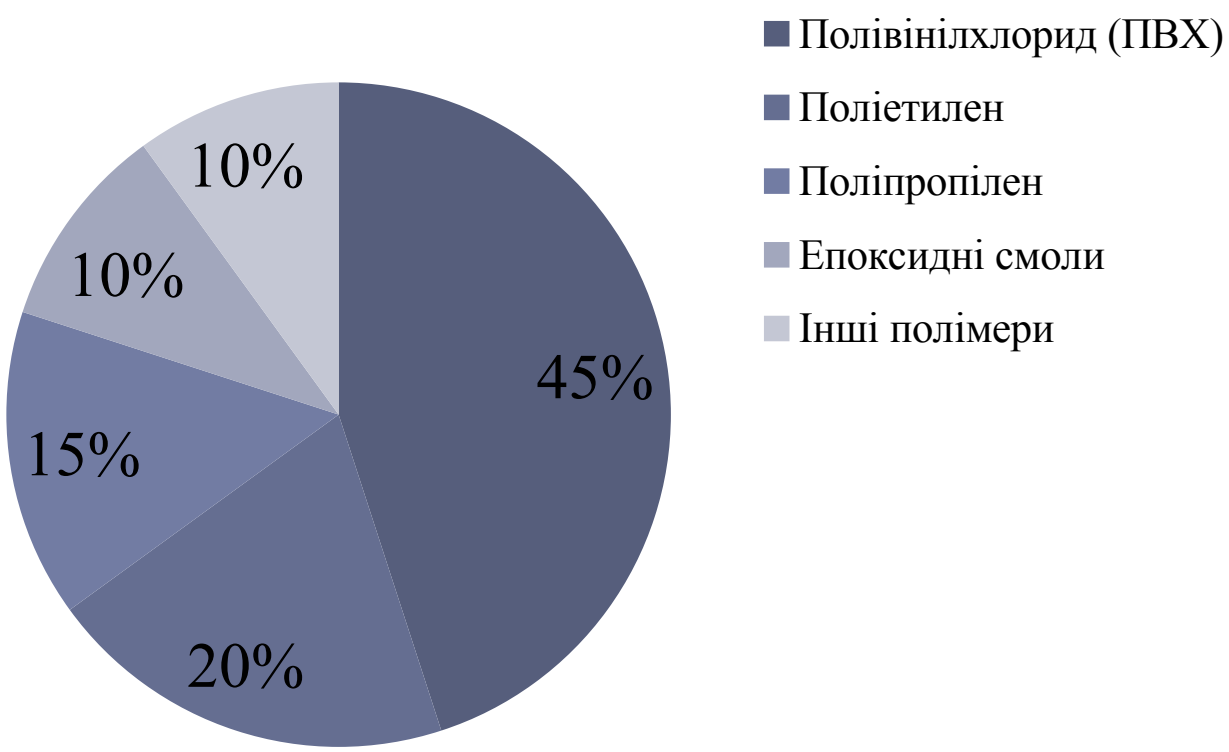
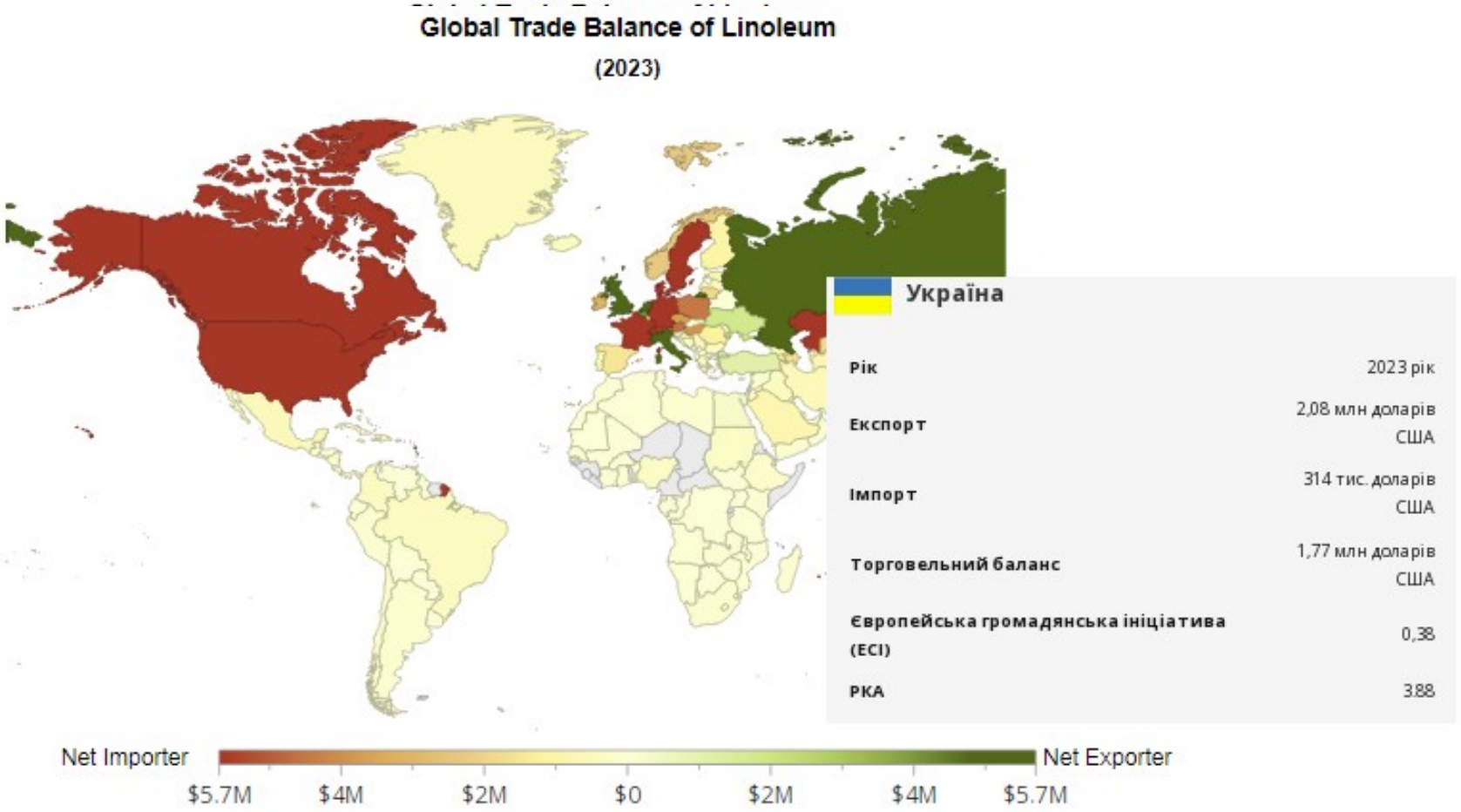



***Рисунок 1- Частка використання полімерів в Україні протягом 2024 року***

# *Глобальний торговельний баланс лінолеуму*






Джерело: UNCTAD

# *Частка експорту лінолеуму в загальному обсязі експорту*






Джерело: UNCTAD

*Таблиця 2*

# *Аналіз ринку лінолеуму протягом 2023–2024 років*

| Показник | 2023 | 2024 | Динаміка / Зміна |
|---|---|---|---|
| Середня експортна ціна (USD/м²), доларів | ≈ 2,45 | ≈ 2,50 | +2,1 % |
| Середня імпортна ціна (USD/м²), доларів | ≈ 4,50 | ≈ 7,10 | +57,8 % |
| Вартість експорту (US), доларів | ≈ 2 070 000 | ≈ 2 120 000 | +2,4 % |
| Обсяг експорту (кг) | ≈ 728 491 кг | ≈ 743 000 кг | +2,0 % |
| Середня експортна ціна (доларів/кг) | ≈ 2.84 | ≈ 2.85 | +0,4 % |
| Середня імпортна ціна (доларів/кг) | ≈ 3,80 | ≈ 6,30 | +65,8 % |
| Основні країни–експортери в Україну | Бельгія, Польща, Туреччина, Китай | Польща, Німеччина, Китай | – |
| Основні країни–імпортери з України | Румунія, Азербайджан, Канада | Казахстан, Азербайджан, Молдова | – |
| Внутрішнє споживання (оцінка), млн м² | ≈ 15–18 | ≈ 17–20 | +10–15 % |
| Виробниче обладнання (ціна машин) | Імпорт: 2,8 тис. дол, Експорт: 1,3 тис. дол | Імпорт: 2,4 тис., Експорт: 92 | Імпорт ↓14,4 %, Експорт ↓92,9 % |
| Світовий обсяг імпорту, млрд доларів | ≈ 12,2 | ≈ 9,64 | −21,0 % |
| Глобальний прогноз зростання (CAGR) | – | CAGR ≈ 5.8 % до 2030 | Довгостроковий помірний ріст |

*Таблиця 3*

***Характеристика основних виробників лінолеуму в Україні***

| Виробник | Розташування | Типи покриттів | Особливості виробництва | Конкурентні переваги |
|---|---|---|---|---|
| Tarkett Vinisin | м. Калуш, Івано–Франківська обл. | побутові; напівкомерційні; комерційні; спортивні ПВХ–покриття | комбінована лінія виробництва; сучасне обладнання; ISO 14001 | висока якість, великий асортимент; міжнародна сертифікація |
| Хімпласт (LinoPlast) | м. Київ | побутові,; напівкомерційні; транспортні покриття | ширина 1,5–4 м; різні основи; регулярне оновлення дизайнів | доступна ціна; широкий вибір колекцій |
| Алекс 3 (Alex) | м. Харків | поліестеровий побутовий; напівкомерційний автолін | рифлене антиковзке покриття; гнучка основа; зносостійкість | антиковзкі властивості; міцність; спеціалізація на автоліні |

*Таблиця 4*

# Порівняльні характеристики лінолеуму різних виробників у ТОВ «Епіцентр К»

| Виробник / Країна | Модель, колекція | Тип покриття | Клас зносостійкості | Товщина, мм | Товщина захисного шару, мм | Основа | Дизайн | Сфера застосування | Ціна, грн/м² |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Tarkett (Сербія) | Optima Belinda 2 | гетерогенний | 22 | 1,4 | 0,2 | спінена | під дерево | побутовий (вітальня, спальня) | 306 |
| Vinisin (Україна) | Omega Viktor 7 | гетерогенний | 21 | 2,6 | 0,15 | повсть | під дерево | побутовий | 236 |
| King Floor (Сербія) | Signal Colibri 9 | гетерогенний | 23/32 | 2,0 | 0,4 | спінена | абстракція | побутовий (кухня, кабінет) | 410 |
| Unilin (Польща) | PIONIER | гетерогенний | 23/34/43 | 2,5 | 0,7 | спінена | під дерево, ламінат | комерційний | 593 |
| PolyStyl (Сербія) | Gelios TREVOR 2 | гетерогенний | 23/33 | 2,5 | 0,6 | спінена | під дерево | напівкомерційний | 577 |
| IVC (Бельгія) | Aspin 846 Bingo | гетерогенний | 22/23 | 2,8 | 0,2 | спінена | під дерево, паркет | побутовий | 391 |

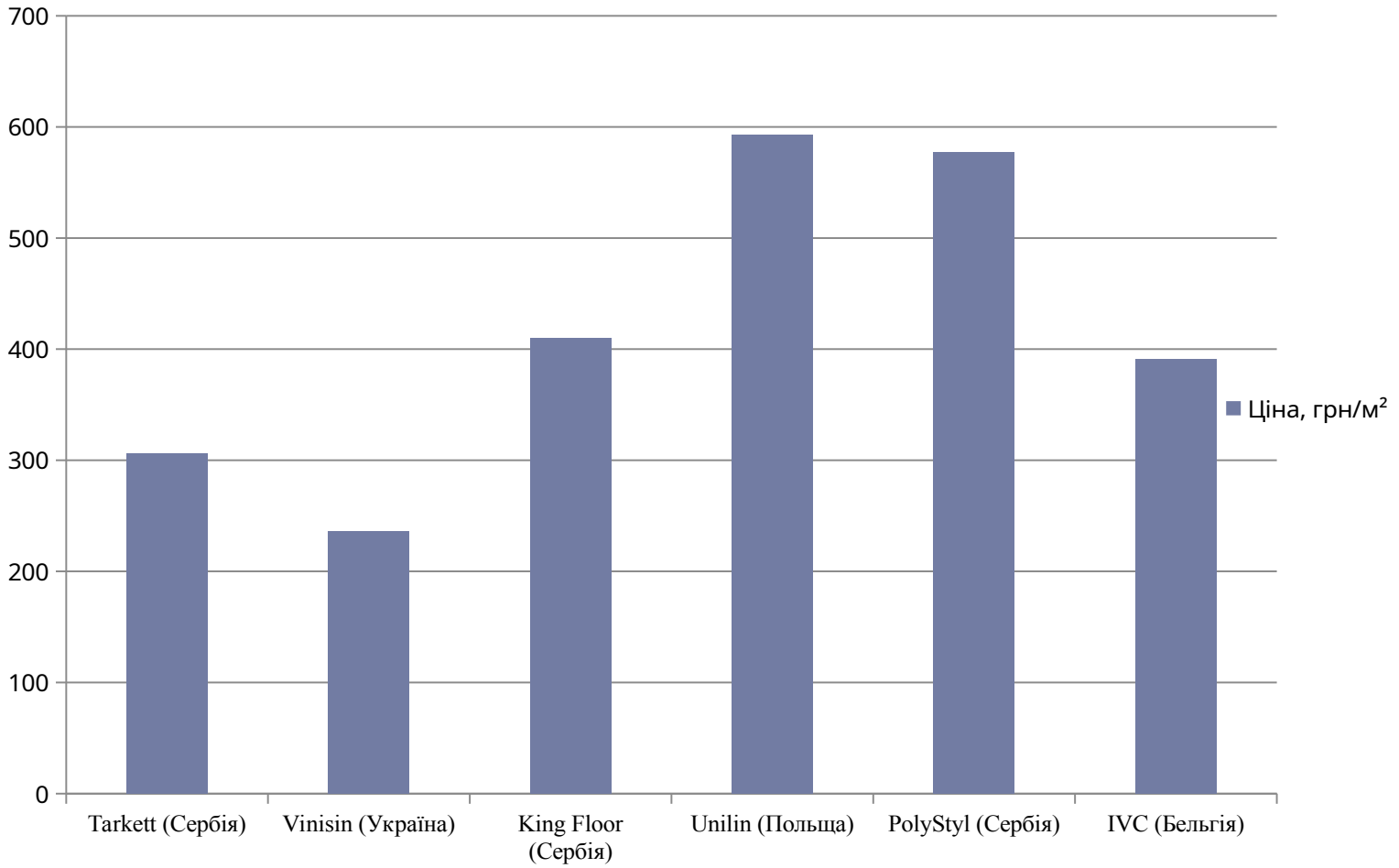



***Рисунок 2 - Порівняння цін на лінолеум (грн/м²) залежно від виробника***

*Таблиця 5*

## SWOT–аналіз діяльності ТОВ «Епіцентр К» на ринку лінолеуму

| *Сильні сторони (Strengths)* | *Слабкі сторони (Weaknesses)* |
|---|---|
| – широкий асортимент лінолеуму різних виробників і цінових категорій;<br>– розгалужена мережа торговельних центрів по Україні;<br>– можливість відрізання необхідної довжини лінолеуму;<br>– додаткові послуги: доставка, підйом на поверх, консультації;<br>– сильний бренд та висока впізнаваність серед покупців | – висока конкуренція з іншими будівельними мережами;<br>– залежність від імпорту лінолеуму;<br>– висока собівартість утримання великих торговельних площ;<br>– обмежені можливості персоналізації під конкретні потреби клієнта |
| *Можливості (Opportunities)* | *Загрози (Threats)* |
| зростання попиту на екологічні та інноваційні покриття;<br>розширення асортименту за рахунок співпраці з новими виробниками;<br>використання програм лояльності для залучення постійних клієнтів | зростання цін на імпортний лінолеум через економічну ситуацію;<br>курсові коливання валют, що впливають на вартість товарів;<br>активна конкуренція з боку онлайн–ритейлерів і маркетплейсів;<br>можливе падіння купівельної спроможності населення |




***Рисунок 3 - Інноваційні інструменти та канали реалізації лінолеуму***

**Розрахунок інтегральної оцінки конкурентоспроможності (Q) зразків лінолеуму, представленого на ТОВ «Епіцентр К»**

*Таблиця 6*

| Виробник | Модель | Ціна, грн/м² | Оцінка (ціна) | Клас зносостійкості | Оцінка (знос.) | Товщина, мм | Товщина зах. шару, мм | Оцінка (зах. шару) | Сфера застосування | Оцінка (сфери) | Інтегральна оцінка Q |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Tarkett | Optima Belinda 2 | 306 | 4 | 22 | 2 | 1,4 | 0,2 | 2 | побутовий (вітальня, спальня) | 2 | 2,50 |
| Vinisin | Omega Viktor 7 | 236 | 5 | 21 | 1 | 2,6 | 0,15 | 1 | побутовий | 2 | 2,25 |
| King Floor | Signal Colibri 9 | 410 | 3 | 23/32 | 3 | 2,0 | 0,4 | 3 | побутовий (кухня, кабінет) | 2 | 2,75 |
| Unilin | PIONIER | 593 | 1 | 23/34/43 | 5 | 2,5 | 0,7 | 5 | комерційний | 5 | 4,00 |
| PolyStyl | Gelios TREVOR 2 | 577 | 2 | 23/33 | 4 | 2,5 | 0,6 | 4 | напівкомерційний | 4 | 3,50 |
| IVC | Aspin 846 Bingo | 391 | 3 | 22/23 | 2 | 2,8 | 0,2 | 2 | побутовий | 2 | 2,25 |

# Об’єкт дослідження:

- **Зразок 1** – *Tarkett Optima Belinda 2* (виробництво – Сербія, товщина покриття 2,5 мм, клас зносостійкості 23/31) .
- **Зразок 2** – *Vinisin Omega Viktor 7* (виробництво – Україна, товщина покриття 3,0 мм, клас зносостійкості 22/31).
- **Зразок 3** – *King Floor Signal Colibri 9* (виробництво – Сербія, товщина покриття 2,8 мм, клас зносостійкості 21/22).



**Порівняльна оцінка якості зразків лінолеуму згідно з ДСТУ Б В.2.7–20–95**

*Таблиця 7*

| Показник | Tarkett Optima Belinda 2 | Vinisin Omega Viktor 7 | King Floor Signal Colibri 9 | Норма за ДСТУ Б В.2.7–20–95 |
|---|---|---|---|---|
| Зовнішній вигляд | однорідне забарвлення, дефекти відсутні | рівномірне забарвлення, поодинокі нерівності | є відхилення забарвлення, місцями шорсткість | поверхня без дефектів |
| Товщина, мм | 1,4 | 2,6–2,8 | 2,0–2,8 | у межах допусків (±0,2 мм) |
| Товщина захисн. шару, мм | 0,20 | 0,15–0,25 | 0,15–0,20 | не менше 0,15 мм |
| Стираність робочого шару | у межах норми | у межах норми | межова (швидше стирається) | ≤0,25 мм³ на 5000 циклів |
| Залишкове вдавлювання після навантаж. | 0,20 мм | 0,25 мм | 0,30 мм | ≤0,35 мм |
| Міцність зчеплення шарів | висока, розшарувань немає | достатня | подекуди спостерігається відшарування | без відшарувань |
| Зміна розмірів після тепл.оброб | ≤0,25 % | ≤0,30 % | ≤0,40 % | ≤0,40 % |
| Тепло– та звукоіз. власт-сті | добрі | дуже добрі | задовільні | нормуються |
| Орієнт. термін експлуат. | 12–15 років | 10–12 років | 5–7 років | залежно від класу (22–23) |


16

*Таблиця 8*

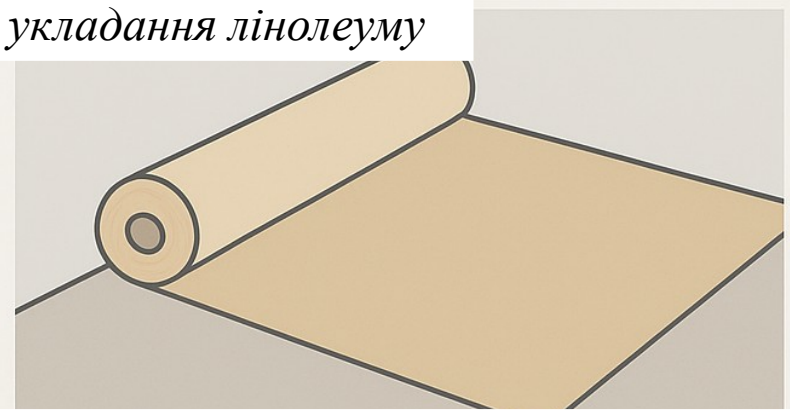
# Результати одориметричного дослідження зразків лінолеуму

| Показник / Зразок | Tarkett Optima Belinda 2 | Vinisin Omega Viktor 7 | King Floor Signal Colibri 9 |
|---|---|---|---|
| Кількість пробантів, осіб | 6 | 6 | 6 |
| Інтенсивність запаху, бал | 1 | 2 | 1 |
| Характер запаху | ледве помітний, типовий для ПВХ–покриття | слабкий, короткочасний після розгортання | ледве помітний, без сторонніх домішок |
| Відповідність нормам (≤2 балів) | відповідає | відповідає | відповідає |

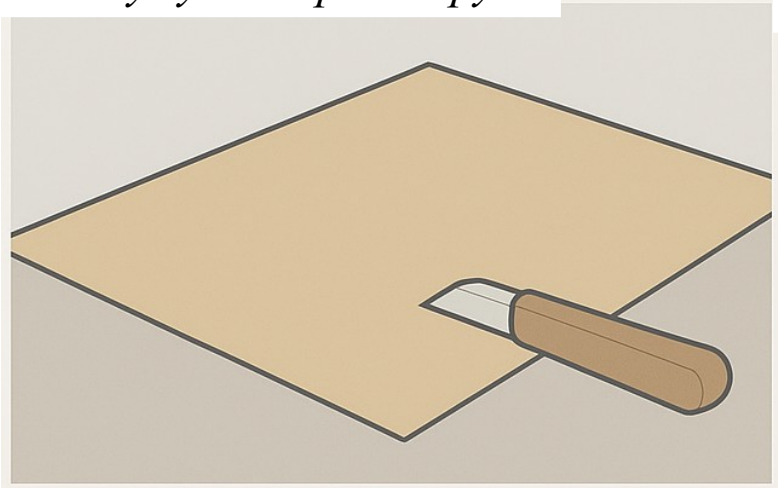
*1. Нанесення клею на основу валиком*



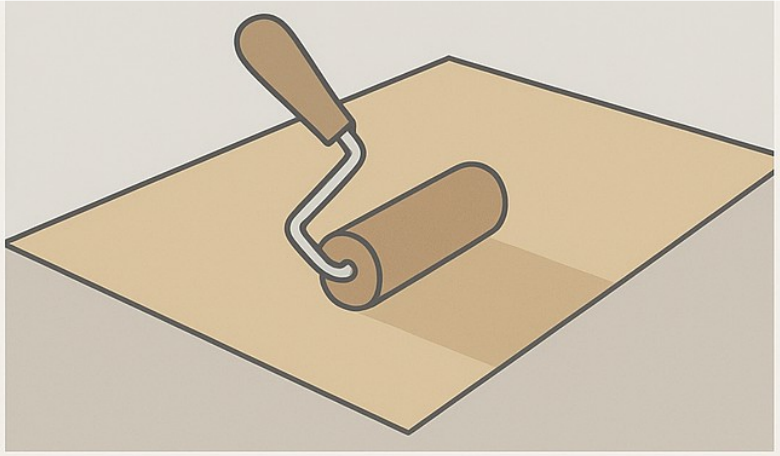
*2. Розкочування та укладання лінолеуму*



*3. Обрізання надлишків лінолеуму по периметру*



*4. Притискання та вирівнювання полотна валиком*



# *Рисунок 4 - Технологія укладання лінолеуму*

# *Висновки*

•В Україні за 2023–2024 роки спостерігається відносна стабільність в експортній діяльності та водночас суттєві зміни на імпортному напрямку стосовно лінолеуму. Зокрема, середня експортна ціна лінолеуму зросла незначно – з 2,45 до 2,50 доларів США за квадратний метр, що становить приріст у 2,1 %. Загальна вартість експорту у 2024 році зросла: з 2 070 000 до 2 120 000 доларів США. Враховуючи стабільність обсягів, можна зробити висновок, що попит на український лінолеум за кордоном зберігається. У структурі торгівлі зберігається орієнтація України на імпорт із країн Європейського Союзу (зокрема Польща, Німеччина, Бельгія), тоді як експорт спрямований переважно до країн Східної Європи, Кавказу та Центральної Азії. Внутрішнє споживання лінолеуму в Україні у 2024 році, за оцінками, зросло до 17–20 млн м², що на 10–15 % більше, ніж у 2023–му.

•Полімерні матеріали для покриття підлоги займають важливе місце у сучасному будівництві, оскільки поєднують практичність, довговічність та економічність. Основні їх види: плиткові і мастикові полімерні вироби; профільні погонажні вироби, ковролін, вінілові покриття, лінолеум. Основним чинниками формування споживних властивостей та якості лінолеуму є якість матеріалу основи та матеріалу покриття, а також досконала і контрольована технологія виготовлення. Інноваційні напрями у виробництві лінолеуму – біо- та натуральні матеріали; $CO_2$- нейтральне / кліматично сприятливе виробництво; нові технології обробки та дизайну; технологічні вдосконалення процесу; кругова економіка / переробка.

# *Висновки*

•Важливим каналом реалізації лінолеуму в Україні є ТОВ «Епіцентр К». Асортимент лінолеуму в «Епіцентрі» охоплює понад 500 найменувань. У продажу є вироби різних ширин (від 1,5 до 4 м), товщин (1,5–4,5 мм), класів зносостійкості (від 21 до 43). В асортименті представлені як вітчизняні, так і імпортні виробники, що дозволяє формувати різні цінові сегменти – від економ–варіанту до преміум–класу. Найдоступнішим за ціною у ТОВ «Епіцентр К». є український лінолеум торгової марки Vinisin, що орієнтований на побутове використання. У середньому ціновому сегменті переважають сербські виробники (Tarkett, King Floor, PolyStyl), які поєднують помірну ціну з достатньо високими експлуатаційними характеристиками. До преміум–сегменту належать польський Unilin та бельгійський IVC, що відрізняються підвищеним класом зносостійкості, більшою товщиною захисного шару та універсальністю застосування.

•За результати дослідження маркування зразків лінолеуму було зроблено висновки: зразок Tarkett Optima Belinda 2 – відповідає всім вимогам ДСТУ Б В.2.7–20–95 щодо маркування: етикетка містить повні дані, включно з гарантійним терміном і позначенням класу зносостійкості; зразок Vinisin Omega Viktor 7 також має достатньо повне маркування, хоча іноді бракує деталізованих умовних позначень (піктограм); на зразку King Floor Signal Colibri 9 – маркування неповне: не завжди вказані дата виготовлення, гарантійний термін та товщина виробу; відсутній штамп ВТК. Це знижує довіру споживача і ускладнює перевірку відповідності стандартам. Всі дослідні зразки за зовнішнім виглядом, лінійними розмірами і фізико–механічними показниками відповідають вимогам стандарту.

# *Рекомендації*

•З метою підвищення ефективності асортиментної політики ТОВ «Епіцентр К» доцільно посилити контроль якості товарів на етапі формування поставок, розширити практику технічного аудиту постачальників та впровадити систему регулярного відбору й тестування зразків лінолеуму безпосередньо в магазинах. Це дозволить оперативно вилучати з асортименту позиції, що не відповідають заявленим характеристикам, і натомість збільшувати частку товарів, які підтверджують стабільну якість та проявляють високий попит. Додатковим напрямом удосконалення є чіткіша сегментація асортименту за експлуатаційними класами, щоб споживачі могли легше орієнтуватися у виборі саме того покриття, яке відповідає інтенсивності користування приміщенням;

•У межах удосконалення маркетингової діяльності підприємству доцільно акцентувати увагу на сервісних інструментах, які створюють додану цінність для покупця. Зокрема, ефективним стане розширення послуги «комплексного супроводу ремонту», що включатиме консультації щодо вибору супутніх матеріалів (клеїв, плінтусів, підкладок), рекомендації з техніки укладання та можливість замовлення монтажу через партнерів. Крім того, варто активніше застосовувати інструменти порівняльного маркетингу (таблиці параметрів, стенди з демонстрацією тестів на зносостійкість), що дозволить покупцям приймати більш усвідомлене рішення та підвищить їх довіру до бренду «Епіцентр К» як компетентного центру з вибору підлогових покриттів.

# *Дякую за увагу!*