



Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет будівництва та архітектури
Будівельно-технологічний факультет
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього
ступеня магістра

на тему:

«Аналіз ринку та оцінка конкурентоспроможності лакофарбових
матеріалів представлених в ТОВ «ЕпіцентрК»

Виконав:

здобувач 2 курсу, групи ТКДм-23 спеціальності

076 Підприємництво та торгівля

Сизон Б.В.

Науковий керівник:

д.т.н., проф.

Ляліна Н. П.

Київ - 2024

ВСТУП

Актуальність теми роботи. Лакофарбова промисловість – галузь хімічної промисловості, в результаті якого підприємство виробляє різноманітні декоративно-захисні вироби, затверджувачі, прискорювачі, смоли для синтетичних лаків, інші види пігментів тощо. Асортимент виробництва та виготовлення фарб станом на 2021 рік є досить розгалуженим, проте існує безліч варіантів вдосконалення та розробки нових рецептур. Визначено, що ринок ЛФМ є розвинутим та конкурентоспроможним порівняно з іншими галузями хімічної промисловості. Рівень імпортованих продуктів лакофарби значно менший від частки вітчизняних товарів на українському ринку. Така тенденція дозволяє констатувати конкурентоспроможність ЛФМ на національному рівні. Зберігати та покращувати свої позиції українські виробники зможуть за умов модернізації виробничого процесу, оснащенню новітнім обладнанням цехи та підвищення кваліфікації працівників підприємства. Аналіз буде корисним для потенційних інвесторів у галузь лакофарбових матеріалів України, оскільки остання є досить привабливою для розвитку та має перспективи до майбутнього розгалуження економічної діяльності.

Основними конкурентними перевагами розвитку підприємств лакофарбової індустрії є наявна ресурсна база та можливість підготовки та розвитку людського капіталу для даних підприємств.

Метою дослідження є аналіз ринку лакофарбових матеріалів на міжнародному та національному рівнях промислового сектора. **Об'єктом** дослідження роботи є процеси управління асортиментом та організації торгівлі лакофарбовими товарами



Предмет дослідження – механізми управління асортиментом та організації торгівлі лакофарбовими товарами

Задачі роботи:

- вивчити склад та загальні властивості лакофарбових товарів;
- розглянути види класифікацій лакофарбових товарів;
- охарактеризувати основні види лакофарбових товарів;
- здійснити аналіз ринку водно-дисперсійних лакофарбових товарів в Україні;
- виконати сегментацію споживачів лакофарбових товарів;
- вивчити вимоги до якості лакофарбових товарів;
- розглянути методичні підходи дослідження показників якості лакофарбових товарів;
- виконати комплексну оцінку якості лакофарбових товарів;
- обґрунтувати можливість застосування української сировинної бази для виробництва водно-дисперсійних лакофарбових матеріалів;
- проаналізувати процес організації маркетингу та збут ЛФТ у мережі «Епіцентр-К»;
- визначити конкурентоспроможність ТОВ «Епіцентр-К» на ринку лакофарбових товарів;
- розробка напрямів щодо вдосконалення маркетингу та збуту ЛФТ у мережі «Епіцентр-К».

ЗАГАЛЬНА

ХАРАКТЕРИСТИКА МАТЕРІАЛІВ

ЛАКОФАРБОВИХ

Лакофарбовий матеріал являє собою складний за хімічним складом матеріал, при нанесенні якого на основі органічних і неорганічних речовин на поверхні виробу утворюється міцне полімерне покриття з суцільного плівкового шару, яке надає виробу текстуру, колір, привабливий зовнішній вигляд і захищає поверхню від негативних зовнішніх впливів. Багато лакофарбових матеріалів виробляються на підприємствах лакофарбової промисловості. Це грунтовки і шпаклівки, які при нанесенні утворюють однорідну і гладку поверхню, підготовлену для подальшого фарбування. Фарби - це виготовлені фарби, які утворюють покриття бажаного кольору, пігменти та сполучні речовини; а також розріджувачі, розчинники, пластифікатори, затверджувачі полімерних фарб та багато інших продуктів

КЛАСИФІКАЦІЯ ЛАКОФАРБОВИХ МАТЕРІАЛІВ:

- * За типом;
- * За основним призначенням;
- * За типом речовини, що утворює плівку.

За типом лакофарбові матеріали поділяються на лаки, малярні вироби, порошкові фарби, ґрунтовки, шпаклівки і емалі.

Багато виробників вказують технічні характеристики матеріалу в наступному порядку:

- Тип фарбування;
 - Позначення речовини, що утворює плівку;
 - Із зазначенням бажаної групи призначення;
 - Серійний номер, присвоєний даному ЛФМ;
 - Словесне або цифрове позначення кольору.
- Ґрунтовки

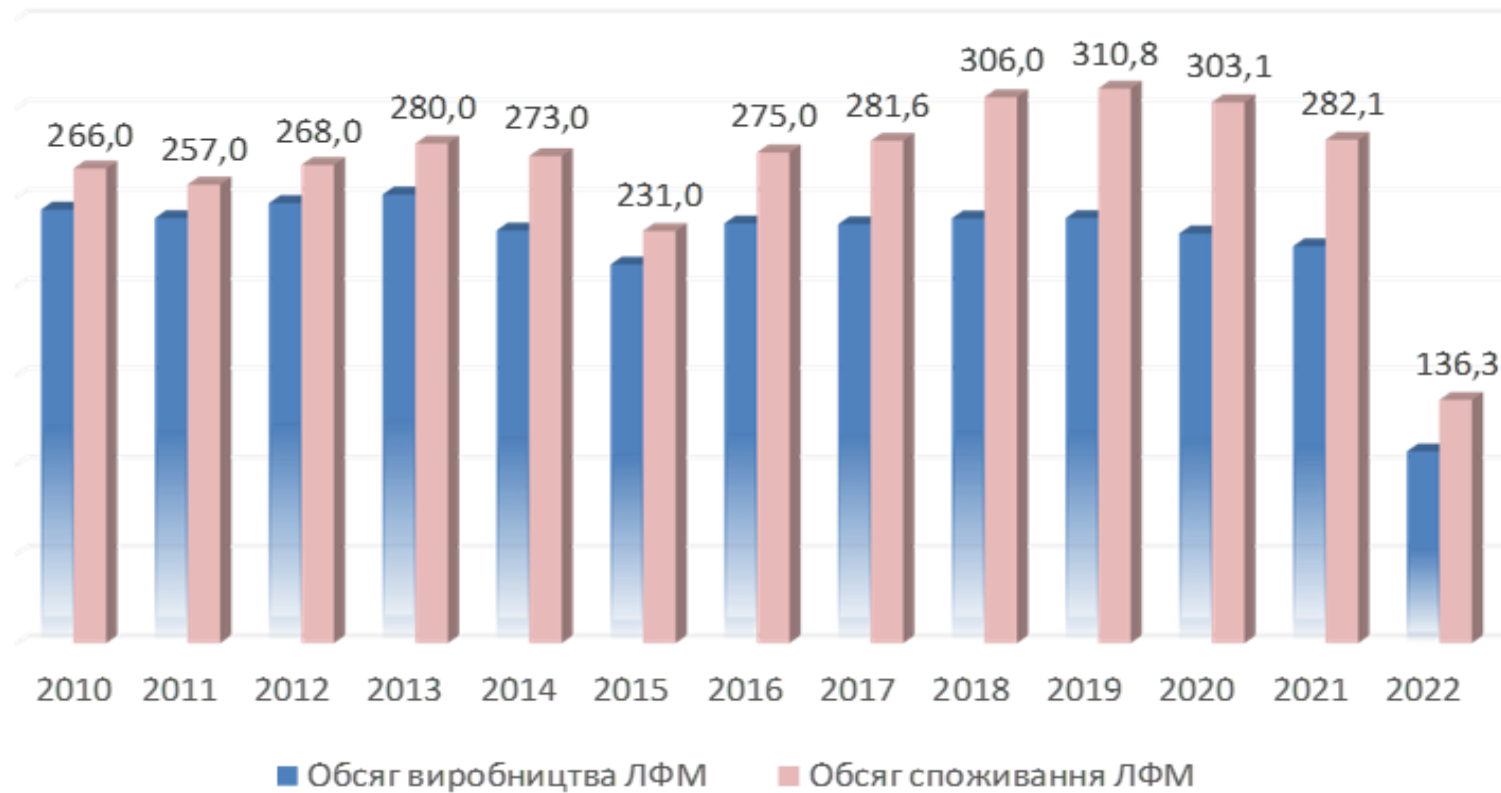


Рисунок 1. Динаміка виробництва і споживання ЛФМ в Україні, тис. т
(Виконано на підставі джерел 23-25)

Таблиця 1.1 – Основні показники ринку декоративних ЛФМ, тис. т

Показник	2021	2022	Відх., %
Обсяг виробництва	206,25	99,61	-51,7
Експорт	9,44	5,28	-44,1
Імпорт	23,84	11,9	-50,1
Ємність ринку	220,66	106,23	-51,9
Частка експорту в виробництві	4,6	5,3	-
Частка імпорту у споживанні	10,8	11,2	-

Таблиця 1.2 – Основні показники ринку промислових ЛФМ, тис. т

Показник	2021	2022	Відх., %
Обсяг виробництва	16,24	7,81	-51,9
Експорт	0,47	0,26	-44,7
Імпорт	35,75	16,97	-52,5
Ємність ринку	51,52	24,52	-52,4
Частка експорту в виробництві	2,9	3,3	-
Частка імпорту у споживанні	69,4	69,2	-

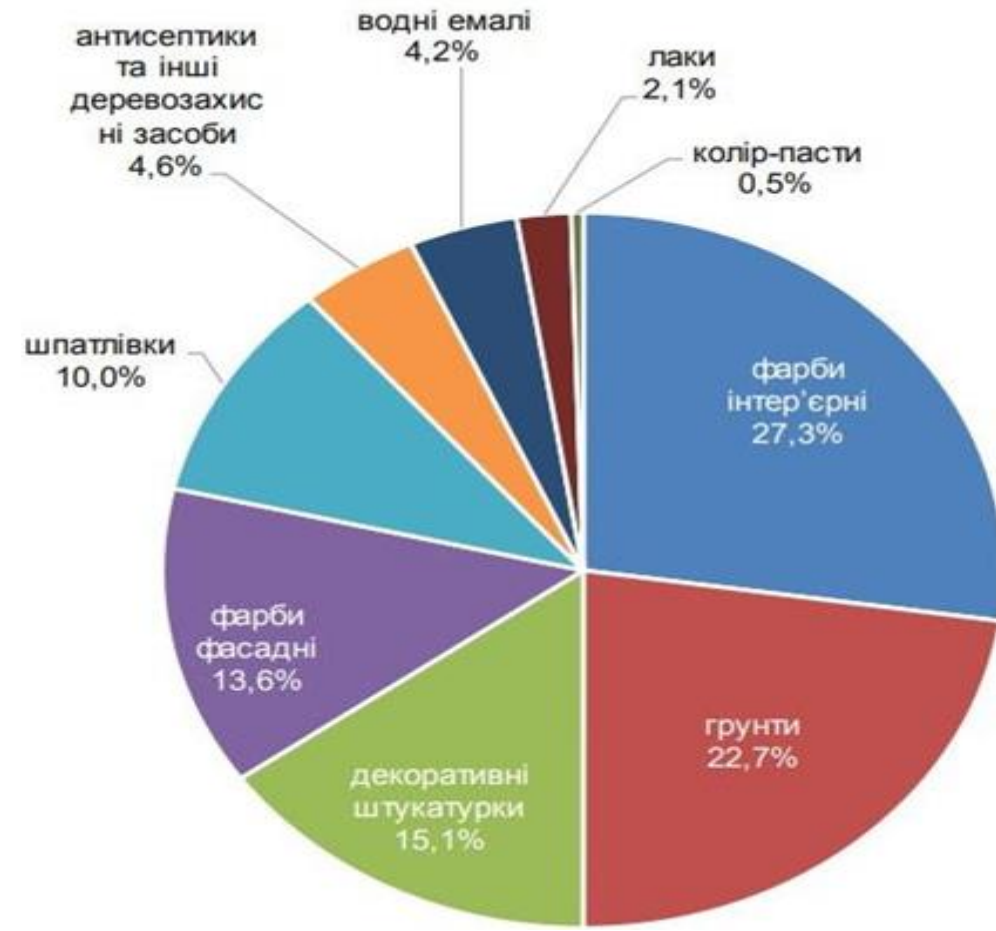
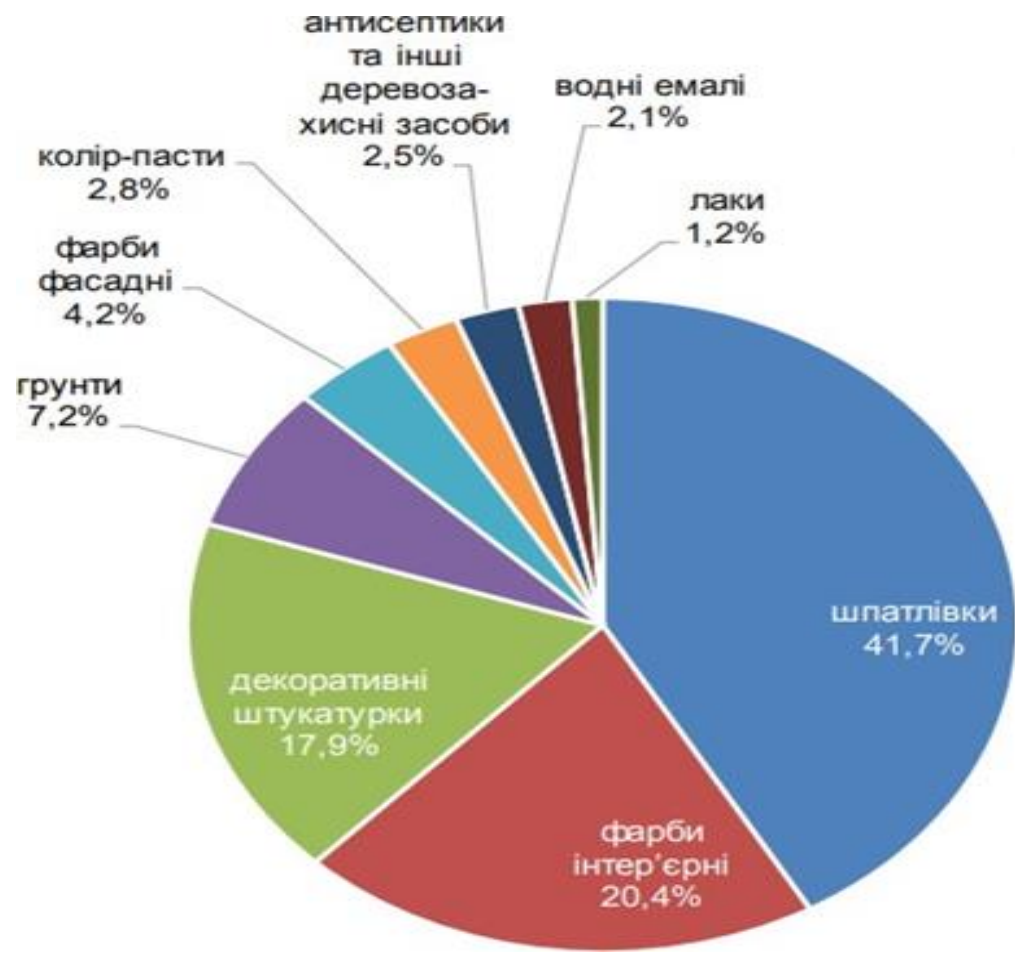


Рисунок 2. Структура імпорту декоративних ВД ЛФМ за підгрупами 2022р. (Виконано на підставі джерел 19-20)

Рисунок 3. Структура експорту декоративних ВД ЛФМ в 2022 р (Виконано на підставі джерел 19-20)

ОСНОВНІ ВЛАСТИВОСТІ ЛАКОФАРБОВИХ МАТЕРІАЛІВ ТА МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЇХ ЯКОСТІ

Високоякісними покриттями вважаються лаки і фарби на основі водних дисперсій полімерів. Частка фарб в структурі асортименту і обсязі продажів становить понад 80%. Останні призначені для отримання матових покриттів, що володіють захисними, декоративними та/або іншими особливими властивостями. Вони набувають все більшого поширення на ринках України та основних країн світу, враховуючи відсутність шкідливих розчинників у складі, зручність отримання покриття, легкість фарбування та інші переваги перед покриттями на основі органічних розчинників

Характеристика дефектів лакофарбових матеріалів

1. Різнотовщинність зумовлена недостатньою розтушованістю вологого шару. Цей дефект усувають використовуючи пензель-флейц.
2. Хвилюватість, або шагрень, зумовлена високою в'язкістю матеріалу, використанням низькокиплячих розчинників і невідповідних пензлів. Цей дефект усувають унаслідок додавання розчинника з високою температурою кипіння, підбором потрібного пензля.
3. Засміченість зумовлена механічними включеннями. Для усунення цього дефекту необхідно відфільтрувати матеріал, регулярно промивати пензлі.

АНАЛІЗ РИНКУ ЛАКОФАРБОВИХ МАТЕРІАЛІВ НА МІЖНАРОДНОМУ ТА НАЦІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

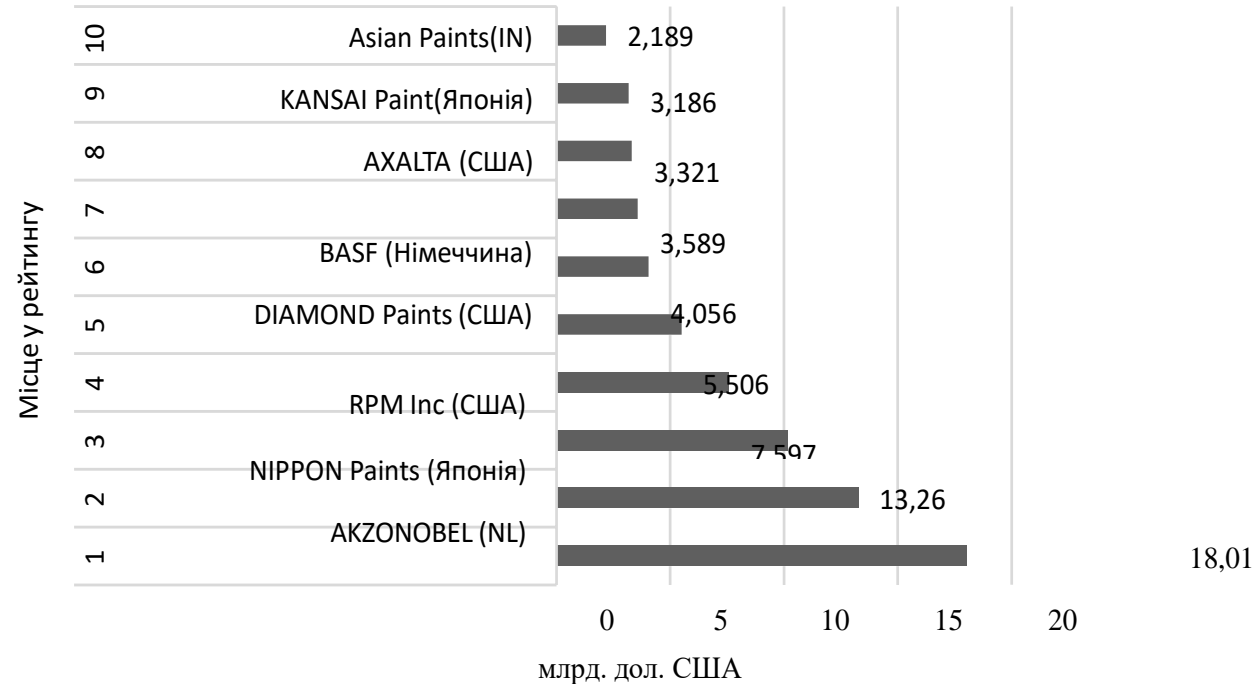


Рисунок 4. Топ-10 виробників лакофарбових матеріалів у світі, 2020 р. (побудовано автором)

МАРКЕТИНГ ТА ЗБУТ ЛФМ У МЕРЕЖІ «ЕПІЦЕНТР К»

ТОВ "Епіцентр К" є найбільшим ритейлером будівельних та господарських товарів в Україні. Асортимент лакофарбових матеріалів (ЛФМ) у мережі "Епіцентр К" є одним з найширших на ринку, що дозволяє задовольнити потреби як професійних будівельників, так і домашніх майстрів. У цьому аналізі розглянуто структуру асортименту ЛФМ, представленого в мережі, з використанням таблиць та описом діаграм.

Таблиця 3.

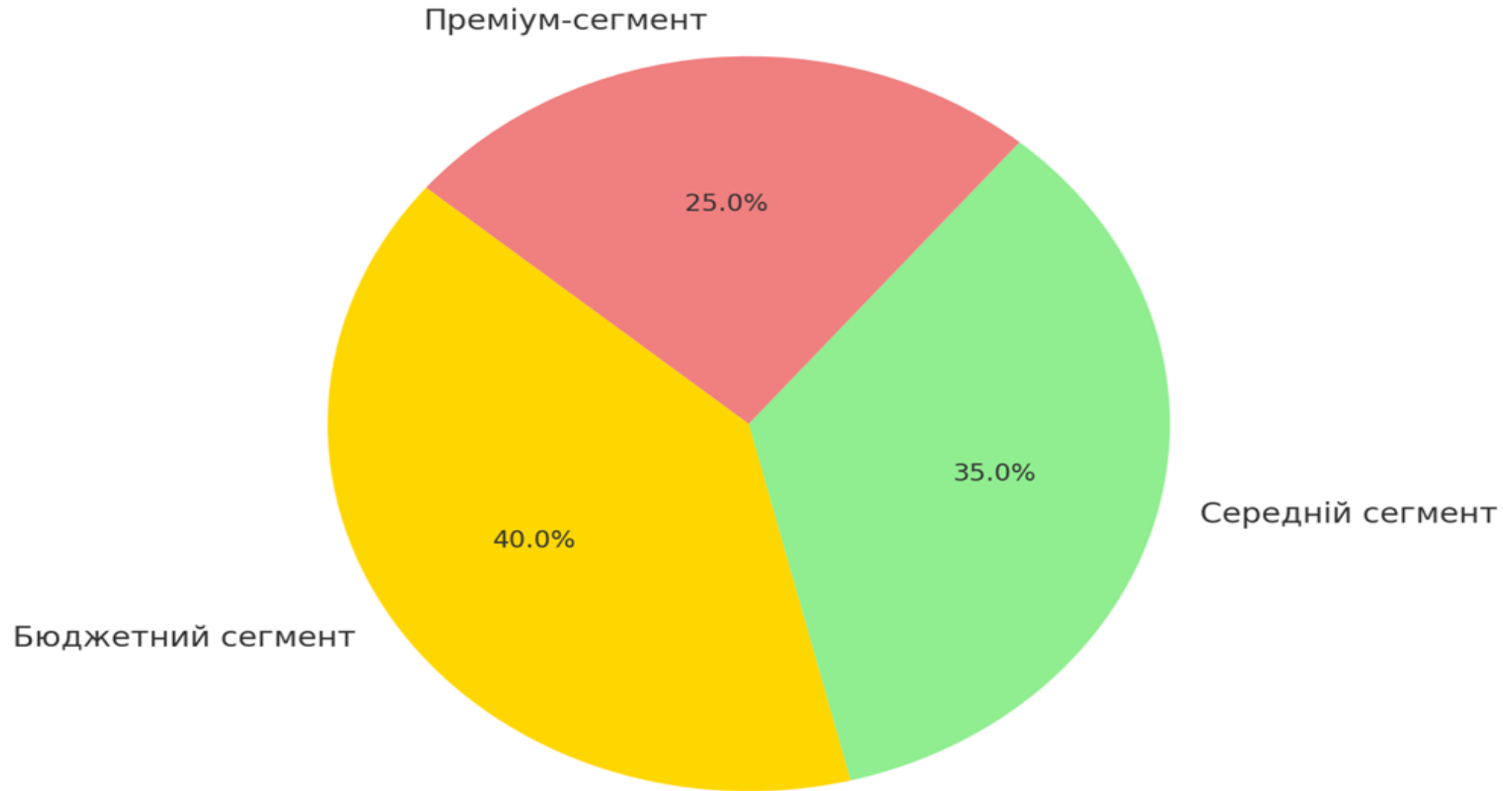
Основні категорії ЛФМ та їх частка в асортименті

Категорія	Частка в асортименті (%)
Фарби інтер'єрні	25%
Фарби фасадні	15%
Емалі	12.5%
Лаки	10%
Ґрунтовки	7.5%
Шпаклівки	7.5%
Декоративні покриття	5%
Аерозольні фарби	10%
Розчинники та допоміжні матеріали	7.5%
Разом	100%

Таблиця 4.
Розподіл товарів за брендами

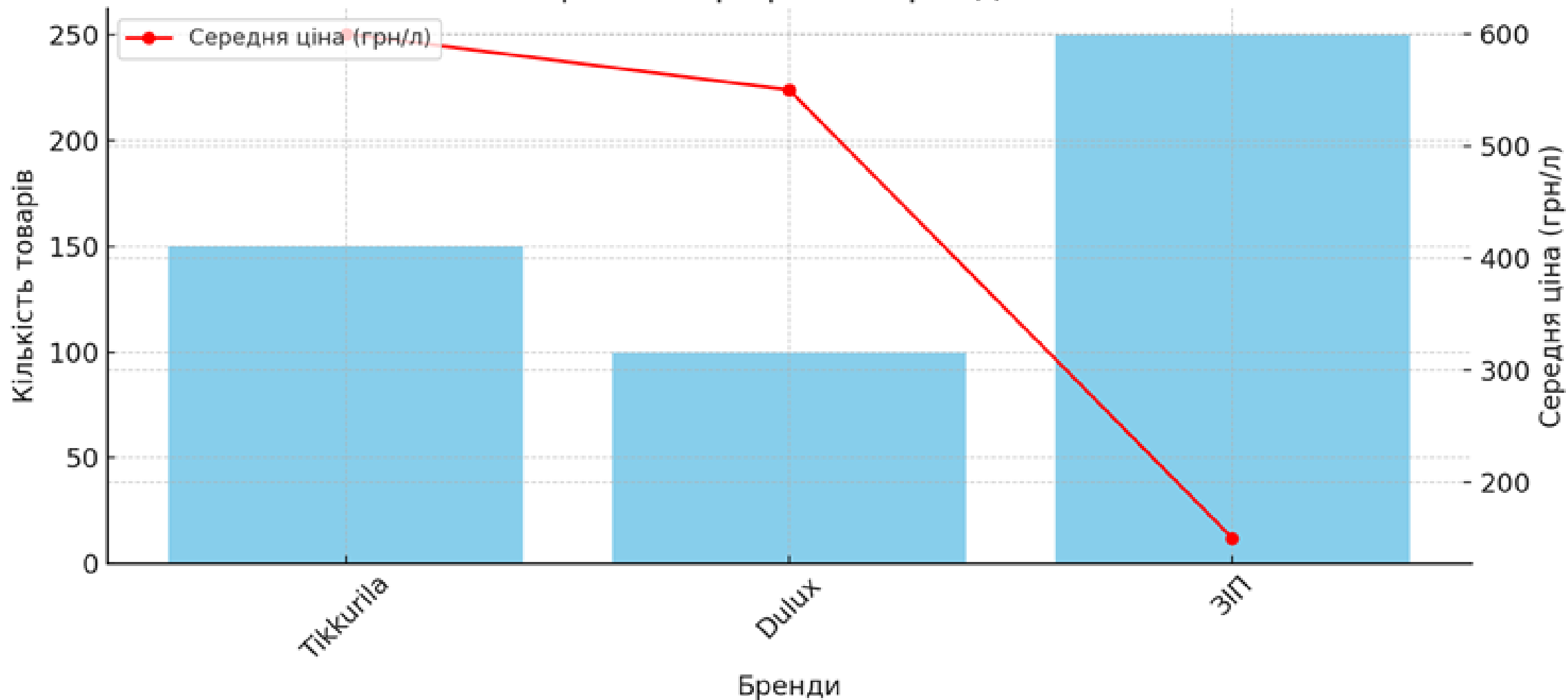
Бренд	Частка в асортименті (%)
Tikkurila	15%
Caparol	12.5%
Dulux	10%
Śnieżka	10%
Вітчизняні бренди разом	52.5%
Разом	100%

Розподіл асортименту за ціновими сегментами



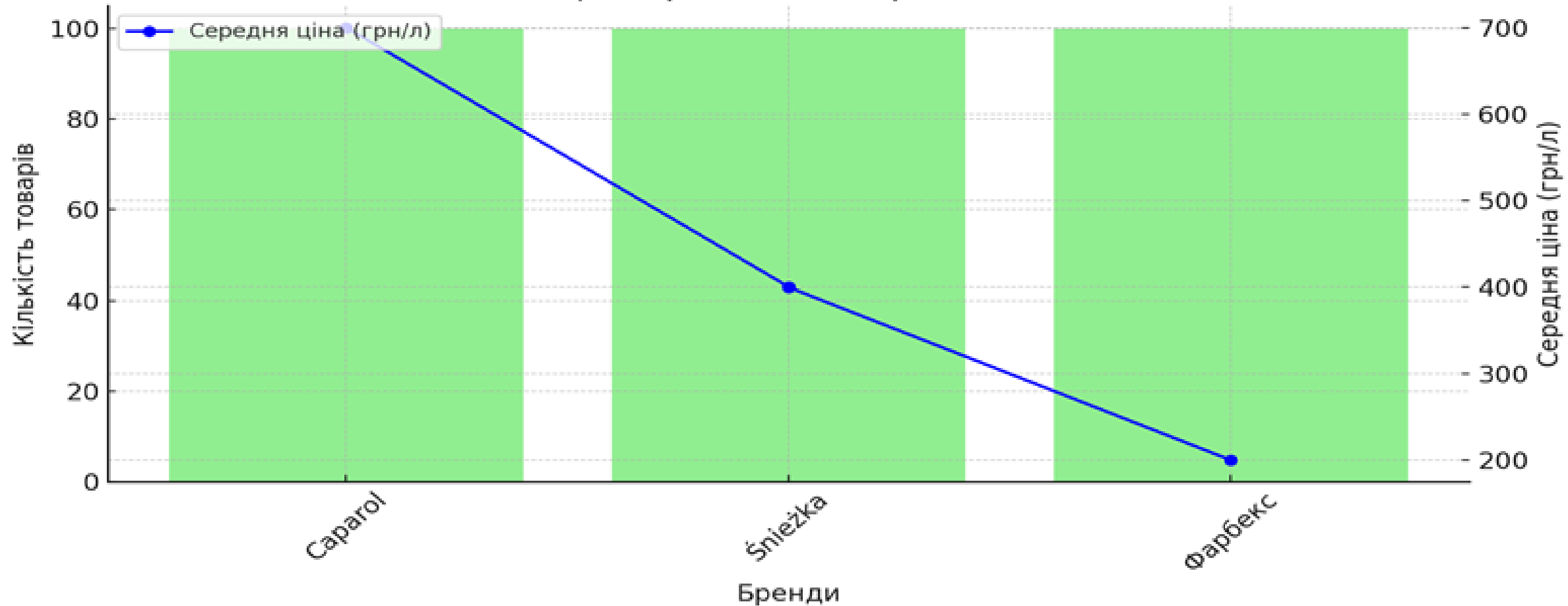
Виконано автором на основі даних ТОВ "Епіцентр К"

Фарби інтер'єрні за брендами

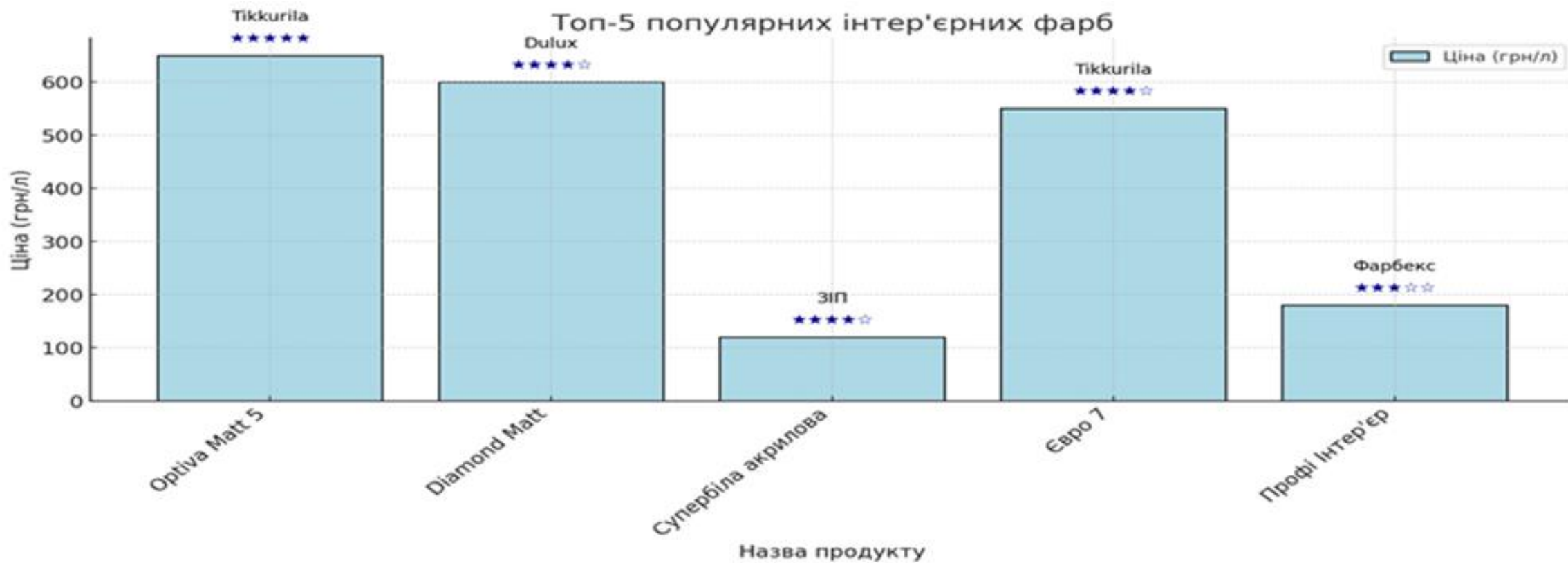


Виконано автором на основі даних ТОВ "Епіцентр К"

Фарби фасадні за брендами

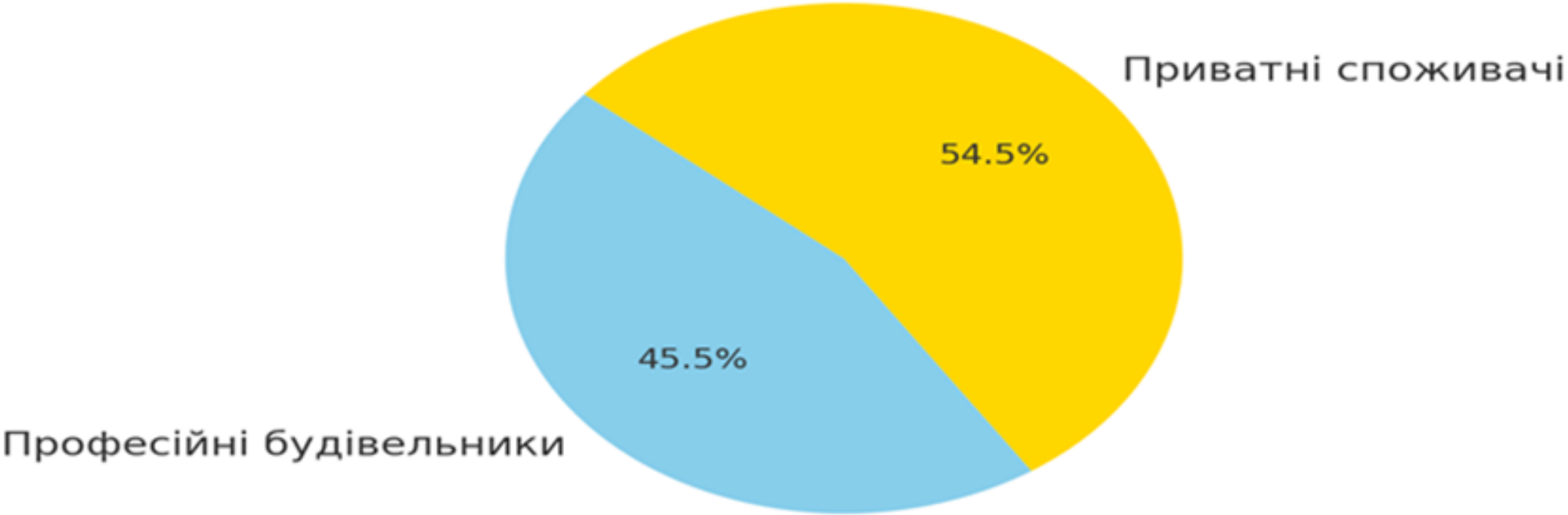


Виконано автором на основі даних ТОВ "Епіцентр К"



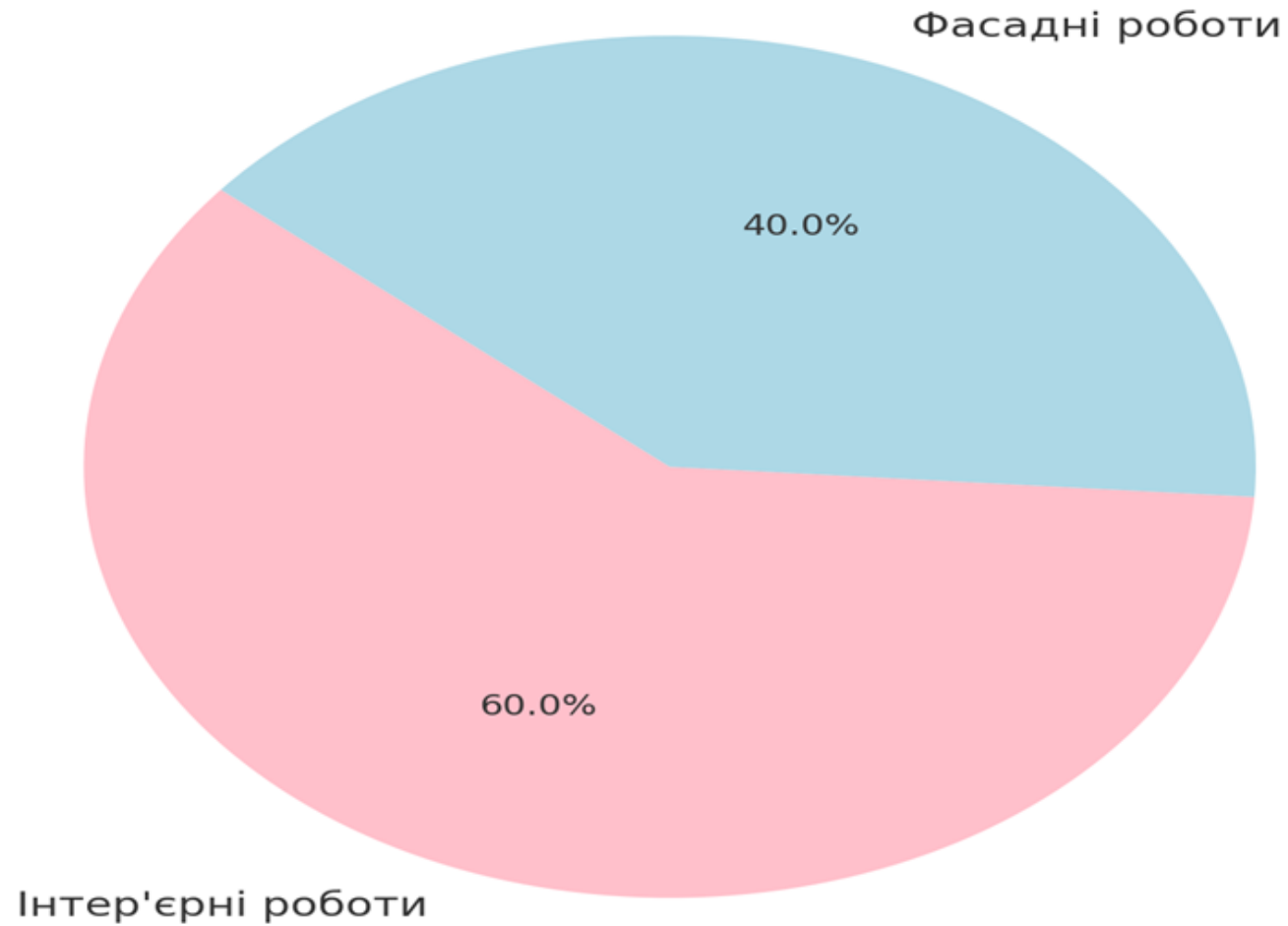
Виконано автором на основі даних ТОВ "Епіцентр К"

Сегментація: Професійні будівельники vs Приватні споживачі



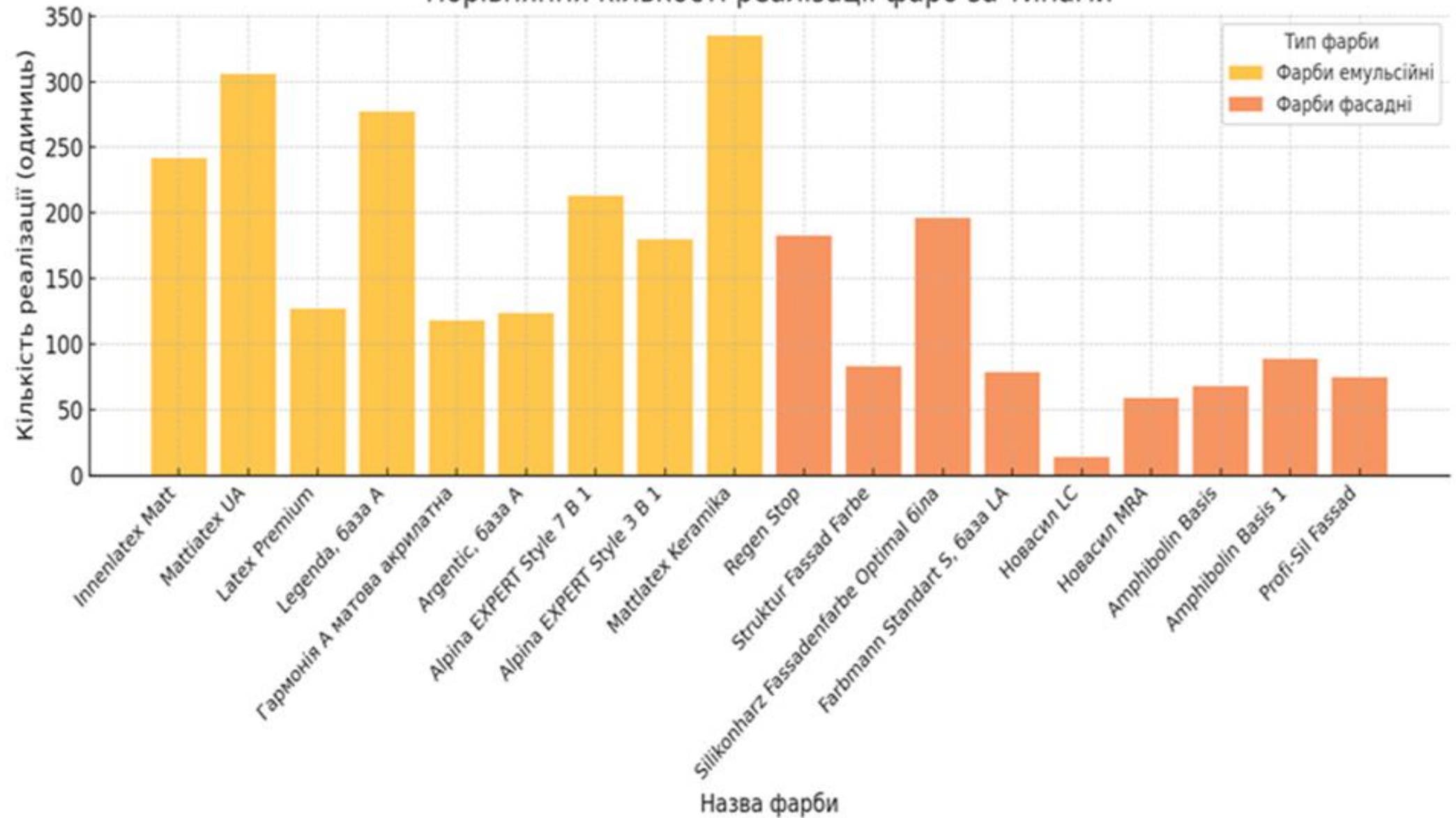
Виконано автором на основі даних ТОВ "Епіцентр К"

Сегментація за призначенням використання



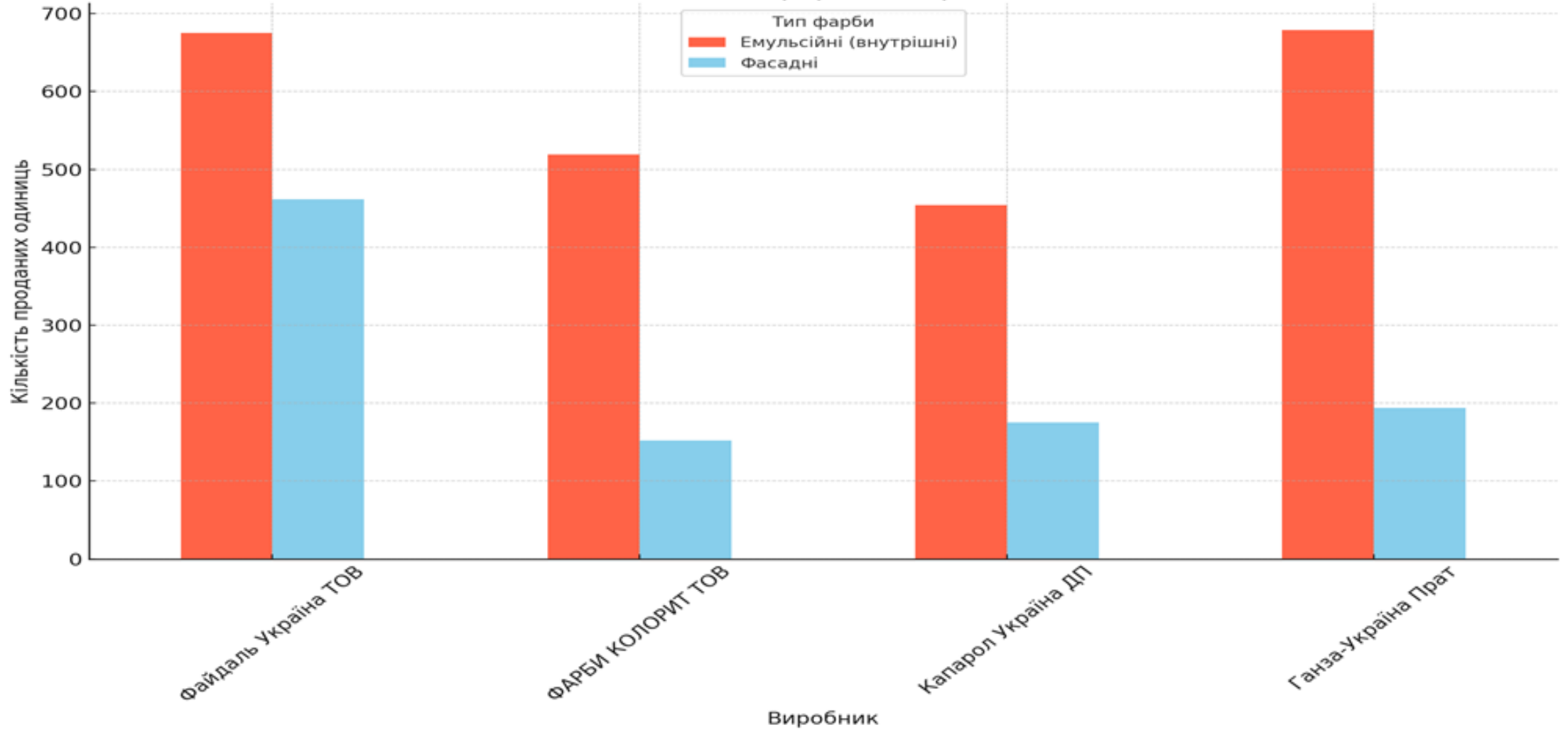
Виконано автором на основі даних ТОВ "Епіцентр К"

Порівняння кількості реалізації фарб за типами



Виконано автором на основі даних ТОВ "Епіцентр К"

Розподіл типів фарб за виробниками



Виконано автором на основі даних ТОВ "Епіцентр К"

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Аналіз ринку лакофарбових матеріалів у мережі «Епіцентр К» демонструє високу конкуренцію серед вітчизняних та міжнародних виробників, що відображається у широкому асортименті продукції та стратегічному позиціонуванні в різних цінових сегментах. Згідно з дослідженням, проведеним в 4 розділі на основі ТОВ "Епіцентр К», Ганза-Україна Грат має найбільшу присутність у бюджетному сегменті.

Капарол Україна ДП фокусується на преміум-продуктах.

Файдаль Україна ТОВ та ФАРБИКОЛОРИГ ТОВ віддають перевагу середньому ціновому сегменту.

Для підвищення конкурентоспроможності виробників лакофарбових матеріалів (ЛФМ) можна зосередитися на таких стратегічних напрямках: Впровадження екологічно чистих рішень. Підвищення функціональності. Розробка інноваційних продуктів. Вихід у преміальний сегмент із високоякісною продукцією. Розробка професійних серій для спеціалізованого використання (промисловість, будівництво, транспорт). Використання локальної сировини для зниження виробничих витрат. Використання субсидій чи грантів для розвитку виробництва екологічних матеріалів.

Участь у виставках і міжнародних тендерах для розширення ринків збуту. Такі кроки допоможуть виробникам ЛФМ залишатися конкурентоспроможними як на локальному, так і на міжнародному ринках.



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

