



Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет будівництва та архітектури

1

Будівельно – технологічний факультет
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності

Кваліфікаційна робота на здобуття
освітнього ступеня магістра на тему:

«Управління асортиментом сантехнічних виробів на прикладі ТОВ «Епіцентр К»»

Виконала: студентка 2-го курсу гр. зТКДм -23 Ващенко К.О.

Спеціальність: 076 “ Підприємництво та торгівля”

Освітня програма: Товарознавство та комерційна діяльність

Науковий керівник: к.ек.н. доцент Романенко О.В.

Актуальність, мета та завдання дослідження

► **Актуальність теми**

Ефективне управління асортиментом у сучасних умовах є ключовим фактором успіху підприємств, особливо у сфері будівельних матеріалів та сантехніки, де попит швидко змінюється. Для ТОВ «Епіцентр К», як лідера роздрібної торгівлі в Україні, важливо регулярно вдосконалювати асортиментну політику для утримання конкурентних позицій. Проведення дослідження спрямоване на аналіз існуючої системи управління асортиментом, виявлення недоліків та розробку рекомендацій для підвищення економічної ефективності.

► **Мета та завдання**

Мета роботи полягає у розробці теоретичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління асортиментом сантехнічних виробів у ТОВ «Епіцентр К».

Об'єкт дослідження: товарний асортимент сантехнічних виробів у ТОВ «Епіцентр К».

Предмет дослідження: методи управління асортиментом та їх вплив на ефективність діяльності підприємства.

Апробація результатів дослідження: результати дослідження були оприлюднені на IV Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми генезису економіки інтелектуально-інноваційного капіталу (5-6 листопада 2024 р.) та опубліковані у матеріалах конференції в формі тез доповіді

Асортимент товарів — це систематизований набір товарів, які пропонує підприємство для задоволення різних потреб споживачів. Асортимент товарів характеризується низкою показників.



Види асортименту





Ринковий попит

Тенденції та
інновації у
галузі

Конкуренція

Виробничі
можливості
постачальників

Цінова
політика

Економічні
умови та
доходи
населення

Законодавче
регулювання

Сезонність
попиту

Тенденція
споживчих
переваг

Процес формування товарного асортименту



| Метод | Опис методу |
|---|---|
| ABC-аналіз | Класифікація товарів на категорії А, В, С за обсягом продажів та прибутком. |
| XYZ-аналіз | Класифікація товарів за стабільністю попиту на категорії X, Y, Z. |
| Метод життєвого циклу товару | Управління асортиментом залежно від стадій життєвого циклу товару: введення, зростання, зрілість, спад. |
| Аналіз маржинальності товарів | Аналіз прибутковості товарів для визначення товарів з найбільшою маржинальністю. |
| Метод управління на основі цільової аудиторії | Формування асортименту з урахуванням потреб і характеристик цільової аудиторії. |
| Метод бенчмаркінгу | Порівняння асортименту з конкурентами для виявлення найкращих практик. |
| SWOT-аналіз асортименту | Оцінка сильних і слабких сторін асортименту, можливостей і загроз. |

| Тенденції | Рішення |
|-------------------------------------|---|
| Екологічність та енергоефективність | <ul style="list-style-type: none"> • Зменшення споживання води • Енергоефективні матеріали • Переробка матеріалів |
| Інноваційні технології | <ul style="list-style-type: none"> • Сенсорне управління • Smart-технології • Нові матеріали з унікальними властивостями (кераміка з нанопокриттям) |
| Індивідуальний дизайн | <ul style="list-style-type: none"> • Широка палітра кольорів і форм • Модульні системи • Персоналізація сантехніки |
| Функціональність | <ul style="list-style-type: none"> • Мультифункціональність • Зручність використання • Безпека використання |
| Тренди в дизайні | <ul style="list-style-type: none"> • Мінімалізм: лаконічні форми, нейтральні кольори, відсутність зайвих деталей • Природні матеріали: використання натурального каменю, дерева та інших природних матеріалів • Індустріальний стиль: металеві елементи, груба обробка |
| Інші тенденції | <ul style="list-style-type: none"> • Смарт-ванні кімнати: інтеграція різних пристроїв в єдину систему • Екологічно чисті матеріали • Індивідуальні рішення, які дозволять створити унікальний інтер'єр |

Товарна характеристика найпопулярніших брендів сантехніки, представлених на ринку України та в ТОВ «Епіцентр К»

| Бренд | Країна походження | Спеціалізація | Цінова категорія | Особливості |
|--|-------------------|---|------------------|--|
|  | Німеччина | Змішувачі, душові системи, аксесуари | Преміум | Інноваційні технології, висока якість, широкий асортимент, сучасний дизайн |
|  | Польща | Кераміка (унітази, раковини), душові кабінки, ванни | Середній | Доступна ціна, різноманітність дизайнів, надійність |
|  | Німеччина | Кераміка, меблі для ванної, душові системи | Преміум | Елегантний дизайн, висока якість, інноваційні рішення |
|  <small>Geberit Group</small> | Польща | Кераміка, меблі для ванної, душові системи | Середній+ | Класичний дизайн, широка кольорова гама, доступна ціна |
|  | Бельгія | Кераміка, меблі для ванної, душові системи | Середній+ | Багатий досвід, надійність, різноманітність колекцій |
|  | США | Кераміка, меблі для ванної, душові системи, ванни | Преміум | Ексклюзивний дизайн, висока якість, широкий асортимент |
|  | Японія | Кераміка, біде, унітази з інноваційними функціями | Преміум | Інноваційні технології, висока якість, фокус на гігієні |
|  | Іспанія | Кераміка, меблі для ванної, душові системи | Середній+ | Сучасний дизайн, широкий асортимент, доступна ціна |
|  <small>1748</small> | Німеччина | Кераміка, меблі для ванної, сантехніка для готелів та громадських місць | Преміум | Елегантний дизайн, висока якість, багата історія бренду |

| Вітчизняні виробники | Продукція | Конкурентна перевага |
|---|-----------------------------------|-------------------------------|
|  | Труби, фітинги | Доступна ціна, надійність |
|  | Пластикові вироби для каналізації | Локалізоване виробництво |
|  | Сантехніка для ванних кімнат | Сучасний дизайн, середня ціна |



Водопровід, каналізація та фільтрація



Опалення



Акcesуари для ванних кімнат



Меблі для ванної кімнати



Змішувачі



Унітази, біде та пісуари



Душове обладнання



Ванни та комплектуючі



Душові кабінки та гідробокси



Рушникосушарки



Мийки для кухні



Умивальники і п'єдестали



Інсталяційні системи



Шланги



Труби







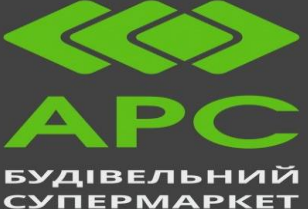
Водопровід



Фільтри і системи



Подрібнювачі харчових

| Конкурент | Тип компанії | Основні характеристики та стратегія |
|---|------------------------------|---|
|  | Спеціалізований магазин | Лідер у сфері продажу керамічної плитки та сантехніки; пропонує широкий вибір преміум- і середнього сегменту товарів. Основний акцент робиться на якість продукції, партнерство з провідними міжнародними брендами, а також професійні консультації для клієнтів. |
|  | Міжнародна будівельна мережа | Орієнтується на доступні товари для дому, зокрема сантехніку. Сильними сторонами є широкий асортимент бюджетного сегменту, акції та програми лояльності. |
|  | Спеціалізований магазин | Має вузьку спеціалізацію на сантехніці. Пропонує професійні консультації, широкий вибір брендів і персоналізований підхід до клієнтів. Конкурентна перевага — орієнтація на професіоналів ринку. |
|  | Спеціалізований магазин | Фокусується на офлайн та онлайн-продажах сантехніки. Охоплює всю територію України, забезпечує зручну логістику і широкий вибір товарів середнього сегменту. |
|  | Спеціалізований магазин | Провідний регіональний гравець у сфері будівельних матеріалів, керамічної плитки та сантехніки. Відзначається високою якістю продукції, співпрацею з міжнародними виробниками, а також гнучким підходом до потреб клієнтів. Пропонує широкий асортимент товарів як середнього, так і преміум-сегментів. |

| Критерії | Епіцентр | Агромат | Леруа Мерлен | Сантехсвіт | Лео-Кераміка | Арс |
|------------------------------------|---|--|--|---|---|---|
| Зручне розташування | Розвинена мережа, магазини в багатьох містах | Менша кількість магазинів, в основному в великих містах | Розгалужена мережа по всій Україні | Менша кількість магазинів | Переважно у великих містах | Обмежена мережа |
| Якість товарів | Висока якість, великий вибір від різних брендів | Висока якість середнього та високого класу | Надійні бренди, є бюджетні варіанти | Добрий вибір середнього та преміум класу | Висока якість, переважно преміум сегмент | Хороша репутація середнього та преміум класу |
| Обслуговування | Хороші консультації, але часто великі черги | Високий рівень сервісу, особливо для будівельних компаній | Професійне обслуговування, але може бути багато покупців | Хороші консультації, індивідуальний підхід | Персоналізоване обслуговування | Якісні консультації та допомога |
| Широта асортименту | Дуже широкий асортимент сантехніки та будматеріалів | Великий вибір, зосереджений на середньому та високому сегменті | Великий асортимент сантехніки, будматеріалів | Добрий вибір, але не такий широкий як у лідерів | Широкий асортимент сантехніки та плитки | Гарний вибір середнього та преміум класу |
| Рівень довіри | Високий рівень довіри серед покупців | Високий рівень довіри серед професіоналів | Висока довіра, завдяки стабільності та якості товарів | Позитивні відгуки, довіра до компанії | Добра репутація серед покупців, які шукають якісні товари | Стабільна репутація серед постійних клієнтів |
| Рівень цін | Широкий ціновий діапазон, доступність для всіх | Ціни середні та високі, орієнтовані на преміум сегмент | Ціни варіюються, доступні бюджетні варіанти | Помірні ціни, середній сегмент | Вищі ціни через орієнтацію на преміум сегмент | Середній ціновий сегмент |
| Рівень рекламної діяльності | Активна реклама через телебачення та онлайн | Обмежена реклама, більше орієнтована на бізнес | Активна реклама на ТВ та в Інтернеті | Локальна реклама, в основному онлайн | Обмежена реклама в Інтернеті та спеціалізованих медіа | Орієнтація на таргетовану рекламу в Інтернеті |

Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Епіцентр К» на ринку сантехнічних виробів

| | Вага | Епіцентр (оцінка) | Зважена оцінка (Епіцентр) | Агромат (оцінка) | Зважена оцінка (Агромат) | Леруа Мерлен (оцінка) | Зважена оцінка (Леруа Мерлен) | Сантех світ (оцінка) | Зважена оцінка (Сантех світ) | Лео-Кераміка (оцінка) | Зважена оцінка (Лео-Кераміка) | Арс (оцінка) | Зважена оцінка (Арс) |
|--------------------------------|----------|-------------------|---------------------------|------------------|--------------------------|-----------------------|-------------------------------|----------------------|------------------------------|-----------------------|-------------------------------|--------------|----------------------|
| Зручність розташування | 0,2 | 10 | 2 | 8 | 1,6 | 9 | 1,8 | 7 | 1,4 | 8 | 1,6 | 6 | 1,2 |
| Якість товарів | 0,2 | 10 | 2 | 8 | 1,6 | 9 | 1,8 | 7 | 1,4 | 8 | 1,6 | 6 | 1,2 |
| Обслуговування | 0,1 | 9 | 0,9 | 8 | 0,8 | 9 | 0,9 | 7 | 0,7 | 7 | 0,7 | 6 | 0,6 |
| Широта асортименту | 0,2 | 10 | 2 | 9 | 1,8 | 9 | 1,8 | 6 | 1,2 | 7 | 1,4 | 5 | 1,0 |
| Рівень довіри | 0,1 | 9 | 0,9 | 8 | 0,8 | 9 | 0,9 | 7 | 0,7 | 8 | 0,8 | 6 | 0,6 |
| Рівень цін | 0,1 | 8 | 0,8 | 7 | 0,7 | 8 | 0,8 | 9 | 0,9 | 6 | 0,6 | 7 | 0,7 |
| Рівень рекламної діяльності | 0,1 | 8 | 0,8 | 7 | 0,7 | 9 | 0,9 | 6 | 0,6 | 6 | 0,6 | 5 | 0,5 |
| Загальна зважена оцінка | 1 | | 9,8 | | 7,2 | | 8,9 | | 6,9 | | 7,3 | | 6,8 |



| Асортиментні групи | Вартісна частка, грн. | Кількісна частка, % | Вартісна частка, % | |
|-----------------------------|-----------------------|---------------------|--------------------|---|
| Санітарна кераміка | 5,2 млн. | 22,0 | 22,0 | A |
| Душеві кабіни | 4,5 млн. | 18,5 | 40,5 | A |
| Каналізаційна а арматура | 4,2 млн. | 17,5 | 58,0 | A |
| Ванни | 2,8 млн. | 11,5 | 69,5 | B |
| Меблі для ванної | 2,1 млн. | 8,5 | 78,0 | B |
| Змішувачі | 1,7 млн. | 7,0 | 85,0 | B |
| Акcesуари до сантехніки | 1,4 млн. | 5,5 | 90,5 | C |
| Різні акcesуари | 500 тис. | 2,0 | 100,0 | C |
| Разом | 21, 2 млн | 100% | 100 % | |

| Сильні сторони | Слабкі сторони |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| Велика мережа гіпермаркетів | Залежність від імпорتنих поставок |
| Широкий асортимент | Високі операційні витрати |
| Високий рівень обслуговування | Велика конкуренція в онлайн-сегменті |
| Можливості | Загрози |
| Розширення асортименту | Економічна нестабільність |
| Розвиток онлайн-продажів | Коливання валютного курсу |
| Інноваційні послуги та сервіси | Підвищення митних зборів |

Основні фінансові показники діяльності ТОВ «Епіцентр К»

| Показник | 2021 рік | 2022 рік | 2023 рік |
|---------------------------------|------------|------------|------------|
| Чистий дохід, млн. грн. | 56 | 54 | 69 |
| Чистий прибуток, млн. грн. | 4 | 2 | 3 |
| Власний капітал, млн. грн. | 22 | 61 | 28 |
| Рентабельність активів | 8.51% | 3.99% | 4.64% |
| Оборотність товарних запасів | 2.65 разів | 1.97 разів | 2.25 разів |

Аналіз росту основних категорій сантехнічних виробів у ТОВ «Епіцентр К»

| Рік | Кількість товарних позицій | Нові позиції (%) | Вилучені позиції (%) | Зростання попиту (%) |
|------|----------------------------|------------------|----------------------|----------------------|
| 2020 | 800 | - | - | 12 |
| 2021 | 850 | 10 | 7 | 15 |
| 2022 | 920 | 8 | 5 | 18 |
| 2023 | 1000 | 12 | 6 | 20 |

| Пропозиція | Опис та доцільність |
|--|---|
| Впровадження прогнозування попиту на основі AI | Використання інструментів на основі штучного інтелекту для точного прогнозування попиту, що знижує ризик дефіциту чи надлишків. |
| Оптимізація обсягів запасів через метод JIT | Використання Just-In-Time для товарів зі стабільним попитом допоможе зменшити витрати на зберігання, забезпечуючи своєчасне постачання. |
| Розширення асортименту вітчизняної продукції | Зменшення залежності від імпортних товарів, підтримка локальних виробників знижується залежність від валютних коливань. |
| Впровадження динамічного ціноутворення | Зміна цін у залежності від попиту дозволить оперативно реагувати на ринкові коливання та стимулювати продажі під час спадів попиту. |
| Розширення програми лояльності | Додаткові знижки, спеціальні пропозиції для постійних клієнтів підвищать лояльність та обсяги повторних покупок. |
| Регулярний моніторинг ринкових трендів | Аналіз ринкових змін та нових трендів дозволить формувати актуальний асортимент, що відповідає запитам споживачів. |
| Проведення інвентаризації та ревізії | Систематична ревізія допоможе своєчасно вилучати малопопулярні товари |

Цикл прийняття рішень щодо оптимізації асортименту



У магістерській роботі досліджено особливості управління асортиментом сантехнічних виробів на прикладі ТОВ «Епіцентр К». Аналіз сучасного ринку сантехнічної продукції в Україні виявив високу конкуренцію, динамічні зміни споживчих вподобань та зростання вимог до якості товарів. Це підтвердило актуальність вдосконалення асортиментної політики для утримання конкурентних позицій.

Аналіз структури та динаміки асортименту показав, що компанія має низку сильних сторін: широкий вибір у різних цінових сегментах, сучасні методи управління запасами та орієнтацію на споживачів у різних регіонах. Водночас виявлено слабкі сторони, такі як залежність від імпорту, високі витрати на утримання запасів і труднощі з прогнозуванням попиту.

Рекомендації включають:

- застосування штучного інтелекту для аналізу та оптимізації асортименту товарів;
- розширення асортименту за рахунок вітчизняної продукції та екологічної сантехніки;
- систематичне використання методу бенчмаркінгу для ефективного управління асортиментом товарів.

Запропоновані заходи спрямовані на зниження витрат, підвищення точності закупівель та ефективності продажів. Результати дослідження мають практичне значення для підвищення рентабельності ТОВ «Епіцентр К» і можуть бути адаптовані іншими підприємствами. Частина рекомендацій вже передана адміністрації для розгляду можливості впровадження.

Дякую за увагу !