



Міністерство освіти і науки України

Київський національний університет будівництва та архітектури
Будівельно-технологічний факультет
Кафедра товарознавства та комерційною діяльності в будівництві

Атестаційна випускна робота на тему:

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ СУХИХ БУДІВЕЛЬНИХ СУМІШЕЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЇХ ЗБУТУ

Виконала студентка зТКДм-22 Калантур Д.В.
Спеціальність: 076 “ Підприємництво та торгівля”
Освітня програма: Товарознавство та комерційна діяльність
Науковий керівник: к.ек.н. доцент Романенко О.В

Актуальність, мета, об'єкт та предмет дослідження

Актуальність теми

Важливою складовою будівельних матеріалів є сухі будівельні суміші, без яких неможливо уявити сучасне будівництво. Однією з головних переваг сухих будівельних сумішей є те, що це універсальна речовина, яка широко використовується і набуває все більшої популярності в будівельному секторі. Проблема, яка постає перед підприємствами – забезпечення ефективного маркетингу та збуту товару для підвищення ефективності діяльності та мінімізації надлишкових складських запасів.

Мета роботи

Дослідження особливостей формування асортименту сухих будівельних сумішей та організація їх збуту. Аналіз ефективності збутової діяльності ТЦ «Веселка» на ринку сухих будівельних сумішей.

Об'єкт дослідження

Сухі будівельні суміші, представлені на ринку України

Предмет дослідження

Процеси формування та управління асортиментом сухих будівельних сумішей, а також оптимізація їх збутових стратегій.

Товар - елемент маркетингової та збутової діяльності (Модель 7 "P")



ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

Конструювання товару

Моделювання товару (розробка)

Формування асортименту

Якість товару

Розробка торговельного знаку

Пошук оптимальних товарних ніш

Конкурентоспроможність товару

Дизайн товару та упаковки

Обслуговування товарів (сервіс)

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

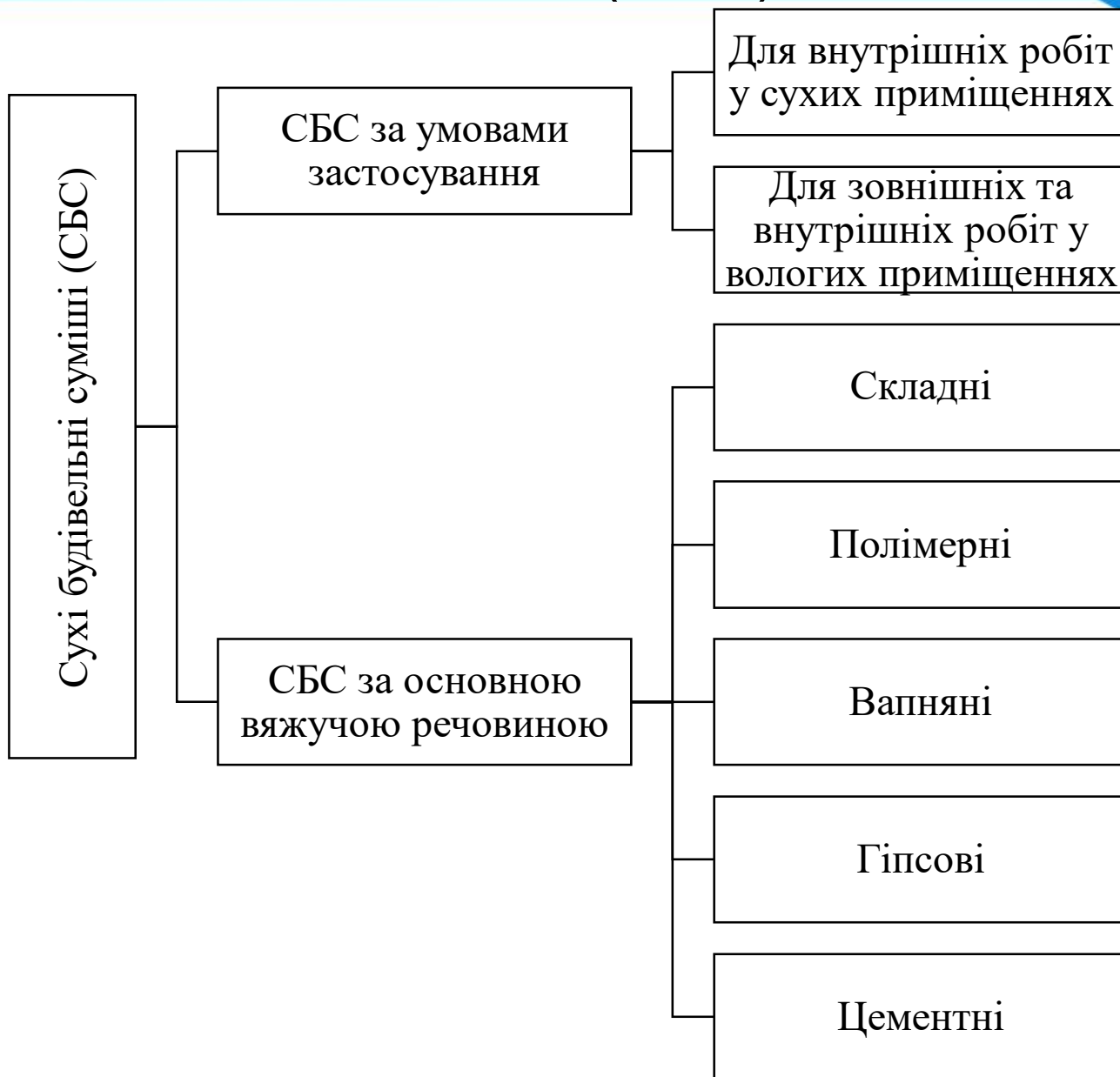
Споживчий маркетинг

Торговельний маркетинг

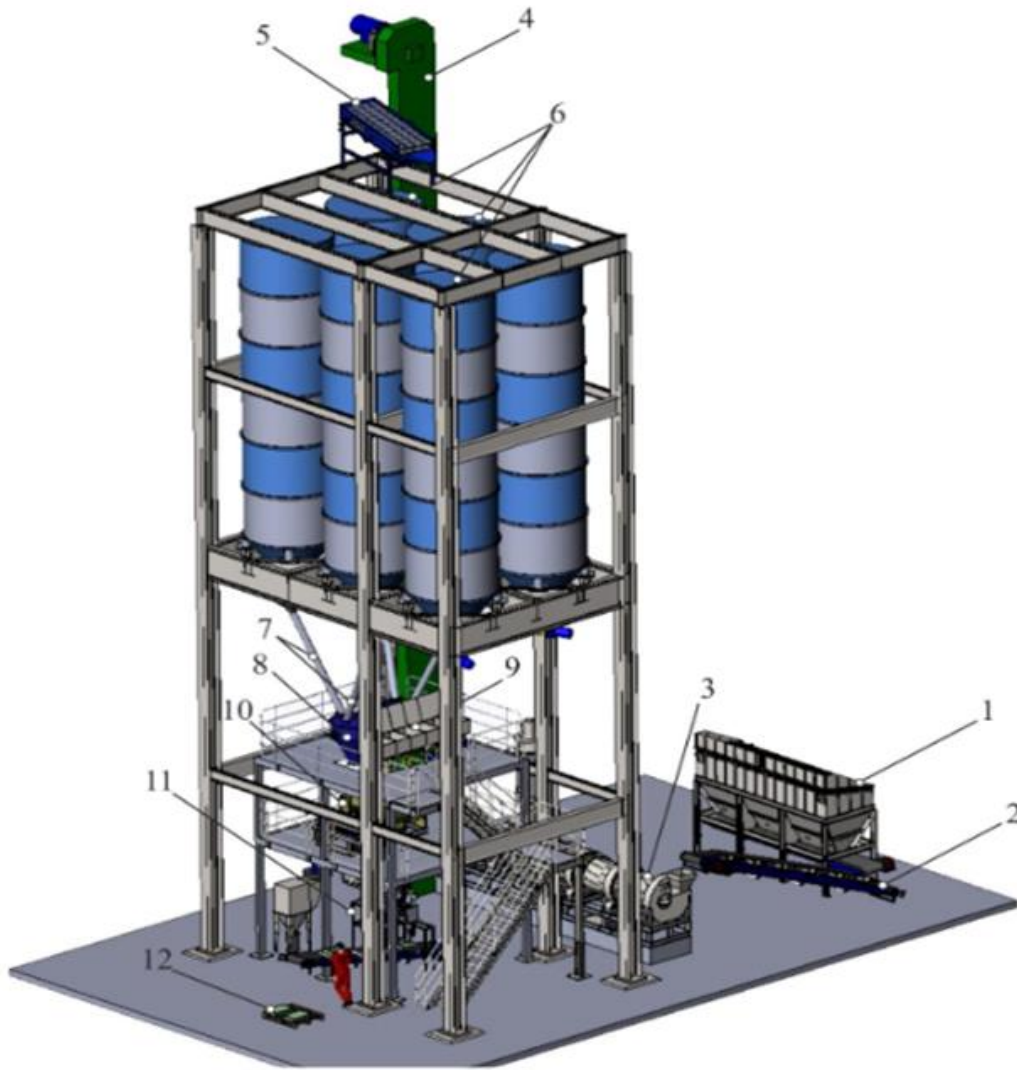
Асортиментна політика

Цінова політика




Класифікація сухих будівельних сумішей (СБС)



Технологія виготовлення сухих будівельних сумішей



- 1 – бункер вологого піску;
- 2 – конвеєр;
- 3 – сушильний барабан;
- 4 – елеватор іску;
- 5 – вібросито;
- 6 – силоси в'яжучих, мінеральних добавок і піску;
- 7 – шнеки-транспортери;
- 8 – дозатори сипучих компонентів;
- 9 – дозатори хімічних добавок;
- 10 – змішувач;
- 11 – лінія фасування сумішей; 12 – палета.

Рисунок	Торгова марка	Особливості
	Ферозіт	Шпаклівка фінішна (цементна основа). Фасадна фінішна біла.
	Сніжка	Гіпсова шпаклювальна гладь (гіпсова основа). Для стін, стель, гіпсокартонних плит.
	Крумікс	Шпаклівка полімерна фінішна (полімерна основа).

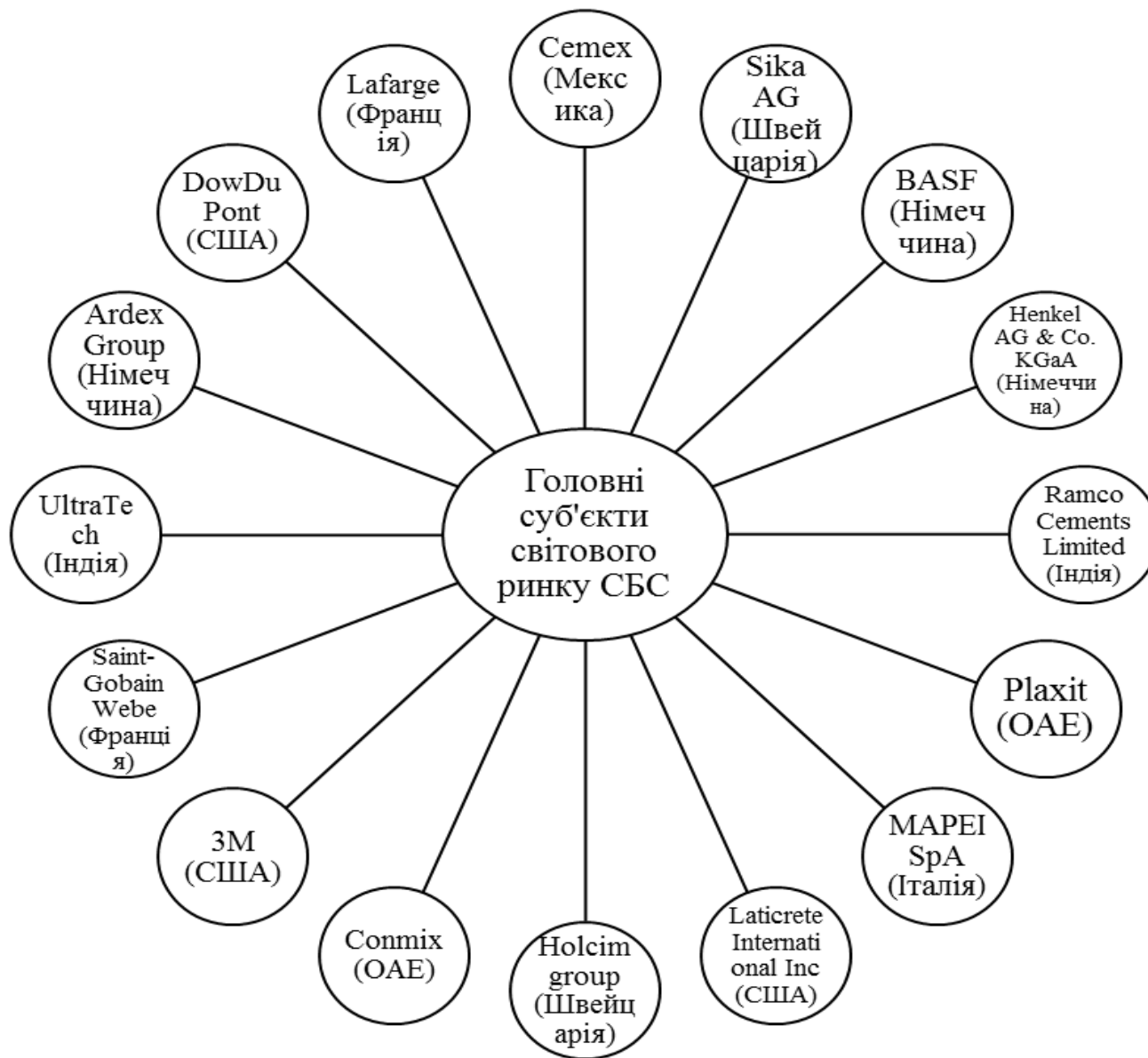
Методи дослідження споживних властивостей СБС за ДСТУ Б А.1.1-49-94

- випробування проводять у приміщеннях у повітряно-сухих умовах. Перед початком випробувань суміш і вода повинні мати температуру, що дорівнює температурі повітря у приміщенні;
- проби для проведення випробувань відбирають згідно з технологічним регламентом або внутрішніми інструкціями виробника;
- зовнішній вигляд суміші визначають візуально;
- відповідність кольору розчину зразку віднесення визначається візуально в умовах природного денного освітлення;
- для ручного приготування розчинової суміші використовується пластикова ємність;
- випробування проводяться із використанням попередньо виготовлених макетів на спеціально підготовленій плиті з бетону.

Методи дослідження



Огляд виробників сухих будівельних сумішей в Україні та в світі

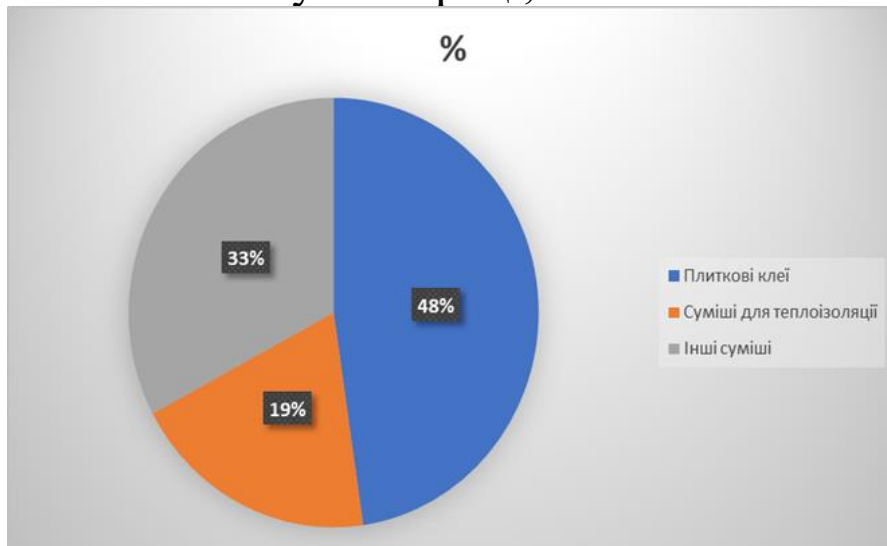


Аналіз ринку сухих будівельних сумішей на цементній основі в Україні

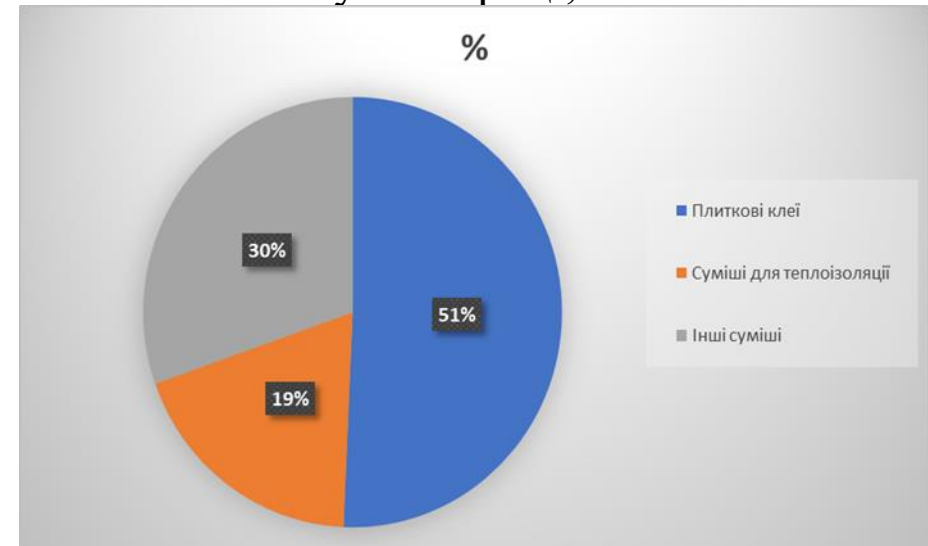
Обсяг ринку сухих будівельних сумішей на цементній основі

Сегмент	2021, млн. грн.	2022, млн. грн.	2022/2021
Плиткові клеї	2 141,4	1 336,8	-37,6%
Суміш для теплоізоляції	877,7	499,5	-43,1%
Інші суміші	1 472,0	802,7	-45,5%

Структура ринку СБС на цементній основі у 2021 році, %.



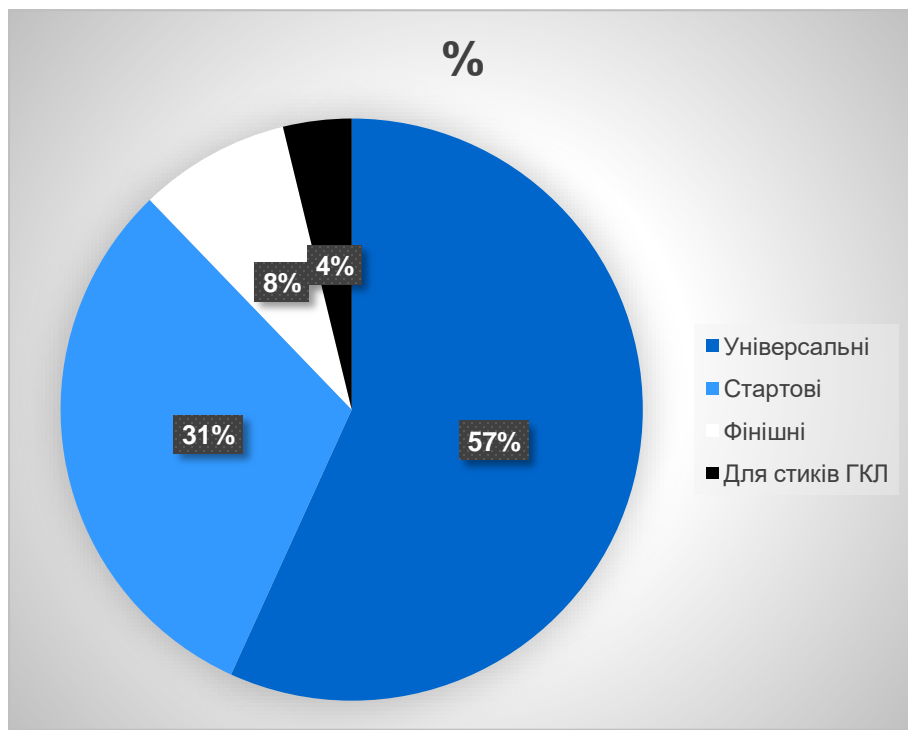
Структура ринку СБС на цементній основі у 2022 році, %



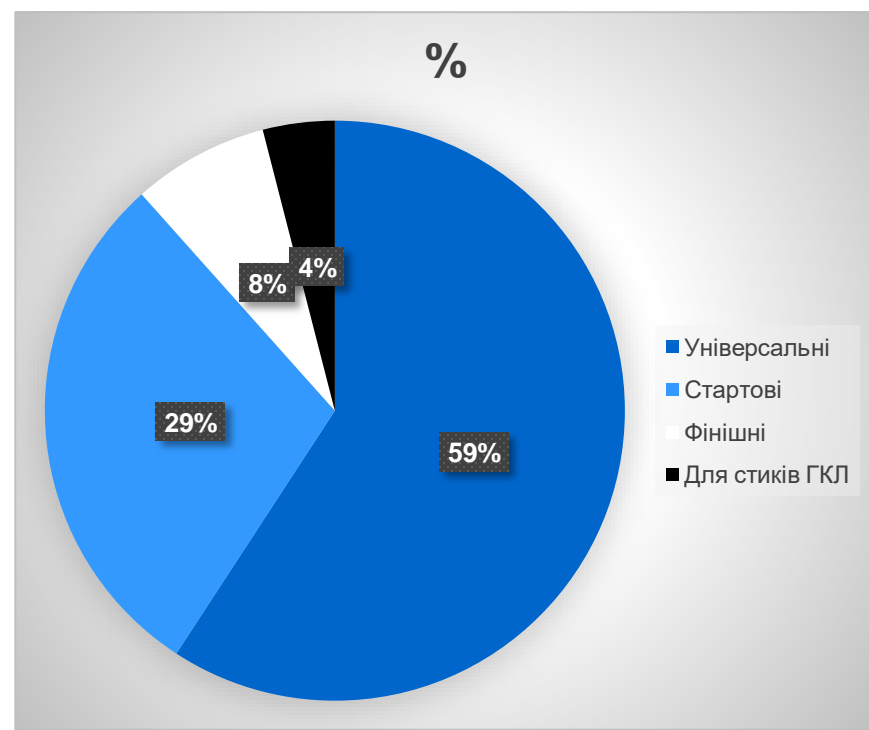
Аналіз ринку сухих будівельних сумішей на гіпсовій основі в Україні

Обсяг ринку сухих будівельних сумішей на гіпсовій основі у 2022 році становив 2 639,0 млн. грн., що на 41,2% менше, ніж у 2021 році (4 491,1 млн. грн.).

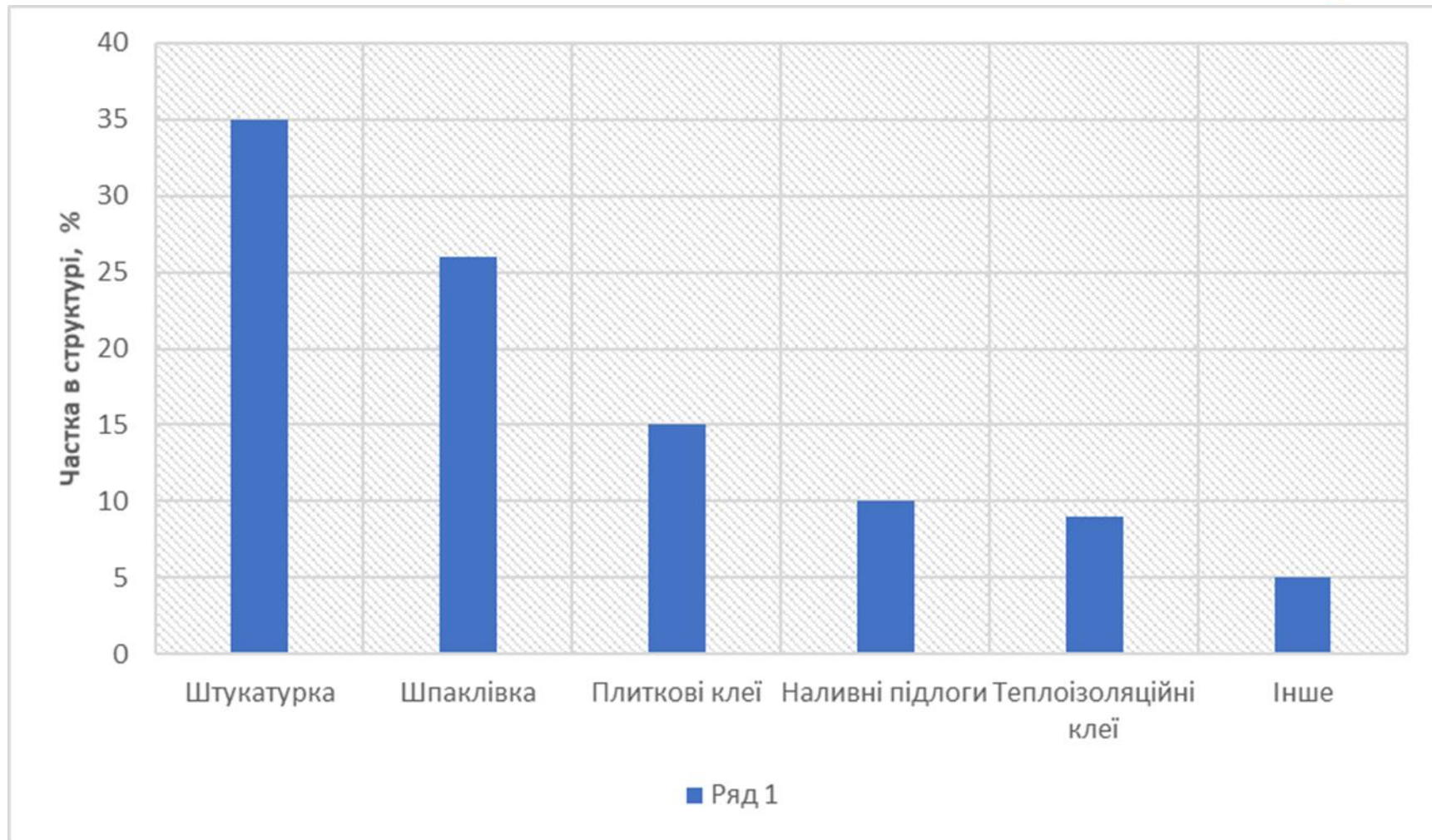
Структура ринку СБС на гіпсовій основі у 2021 році, %.



Структура ринку СБС на гіпсовій основі у 2021 році, %.

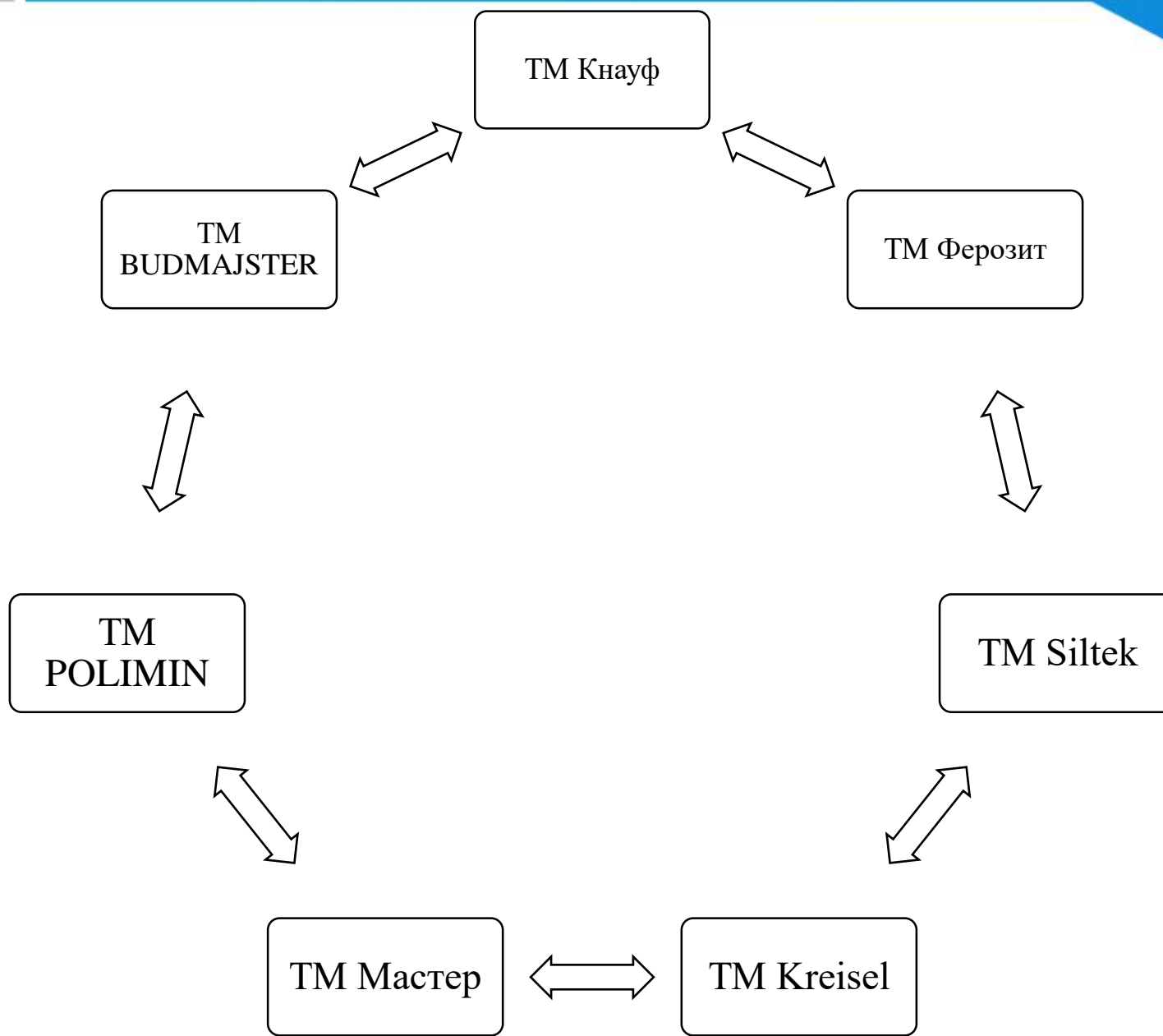


Структура світового ринку сухих будівельних сумішей



Структурування ринку СБС за видами продукції (сумарно на цементній і на гіпсовій основі) за 2022 рік, %

Огляд торгових марок СБС, представлених на ринку України



Аналіз асортименту сухих будівельних сумішей у магазині “Веселка” в розрізі ТМ

ТМ (постачальник)	Кількість продукції, що надійшла за рік						Відхилення в 2022 році у порівнянні з 2020
	2020		2021		2022		
	К-ть мішків (25 кг)	%	К-ть мішків (25 кг)	%	К-ть мішків (25 кг)	%	
«Церезіт»	6200	17	8140	19	11444	23	5244
«Кнауф»	4380	12	5998	14	7961	16	3581
«БудМайстер»	3285	9	4284	10	5473	11	2188
«Парос»	9856	27	12424	29	17415	35	7559
«Крістек»	4746	13	3856	9	4976	10	230
«Сілтек»	2920	8	3870	9	995	1,1	-1925
«Ферозіт»	5111	14	4284	10	1493	3	-3618
Всього	36498	100	42856	100	49757	100	13259

Аналіз асортименту СБС у магазині “Веселка” за цільовим призначенням

Група за цільовим призначенням	Кількість продукції, що надійшла за рік						Відхилення в 2022 році у порівнянні з 2020
	2020		2021		2022		
	К-ть мішків (25 кг)	%	К-ть мішків (25 кг)	%	К-ть мішків (25 кг)	%	
Суші будівельні суміші: для кладочних	1581	7,1	1913	7,5	2528	9,4	947
Для облицювальних робіт	4183	18,8	5051	19,7	6418	23	2235
Для оздоблювальних робіт	14235	64	15923	62,2	14298	53	63
Для гідроізоляції та вирівнювання	2234	10	2738	10,7	3761	14	1527
Всього	22233	100	25625	100	27005	100	4772

Рекомендації по вдосконаленню структури асортименту СБС для ТЦ «Веселка»

- ✓ Продовжувати підтримувати господарські зв'язки щодо закупівлі СБС ТМ «Парос», ТМ «Церезіт», ТМ «Крістек».
- ✓ Підтримувати обсяги закупівлі шпаклювальних СБС, сумішей для кладки для блоків, СБС для збільшення міцності зчеплення оздоблювальних матеріалів та основи на попередньому рівні.
- ✓ За видом в'язучої речовини – доцільно збільшувати питому вагу закупівлі гіпсових та цементних сухих будівельних розчинів, а за умовами застосування – збільшувати частку закупівлі складів для внутрішніх робіт.
- ✓ Розширити асортимент сухих будівельних сумішей у власному інтернет-магазині.
- ✓ Систематично проводити дослідження купівельних переваг щодо сухих будівельних сумішей з метою оперативного реагування на зміну попиту.

Дослідження споживних властивостей СБС на цементній основі

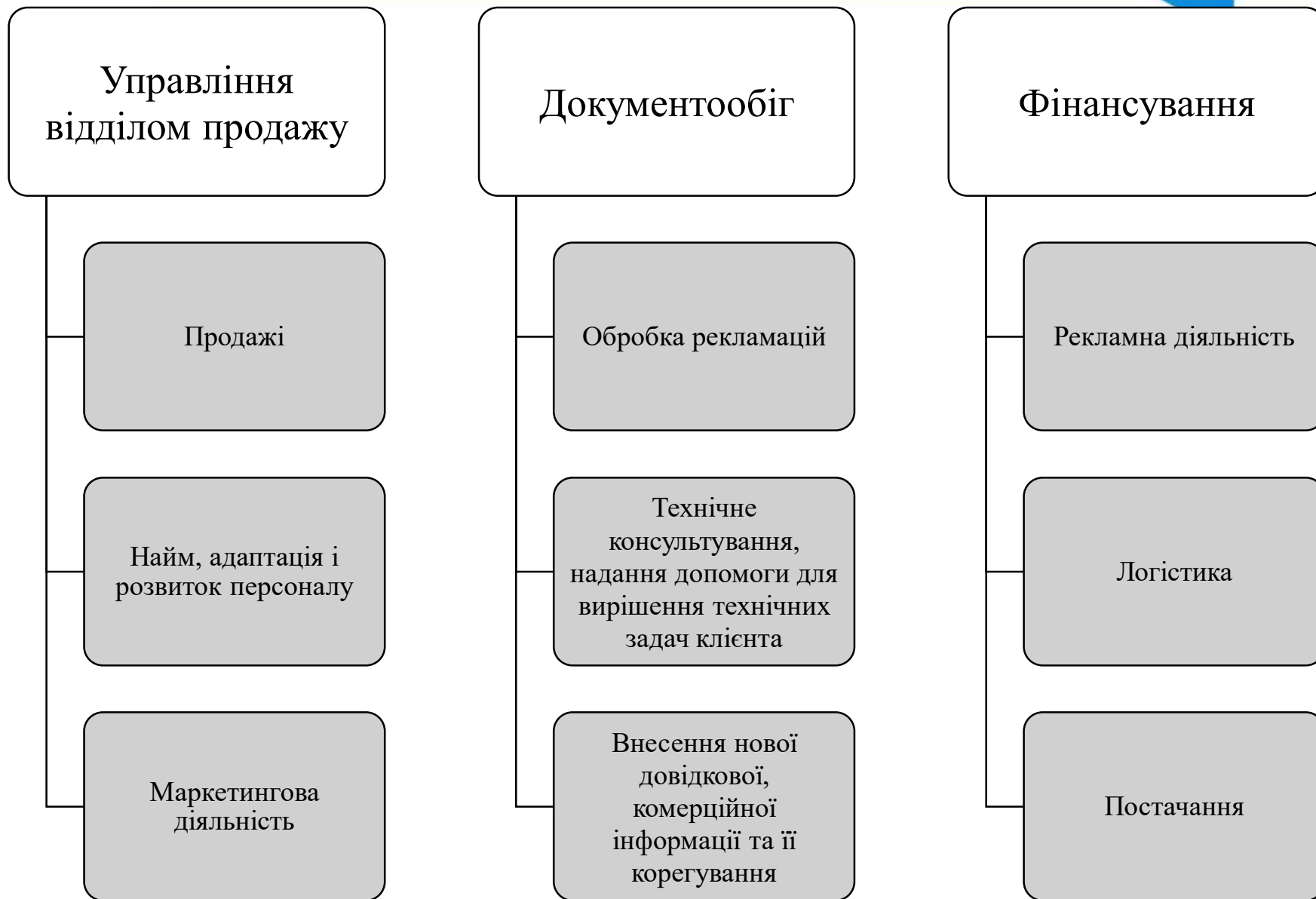
Назва показника	Значення показника СБС		
	Ферозіт	Siltek	Kreisel
Суміші			
Крупність заповнювача, мм, не більше	0,1	0,2	0,2
Розчинові суміші			
Термін придатності, хв, не менше	32	35	32
Рухомість, см	5	7	7
Розчини			
Границя міцності (через 28 днів), МПа, не менше	7,5	7,1	7,2
Границя міцності на розтяг при вигині, МПа, не менше: - через 7 діб;	1,0	1,0	1,0
Тріщиностійкість, мм	Відсутність тріщин	Відсутність тріщин	Відсутність тріщин
Морозостійкість, циклів, не менше	76	75	75
Паропроникність, мг/м·год·Па, не менше	0,05	0,05	0,04
Усадка, мм/м, не більше	1,3	1,5	1,4
Міцність зчеплення з основою після витримування в повітряно-сухих умовах, МПа, не менше	0,6	0,7	0,3

Дослідження споживних властивостей СБС на гіпсовій основі

Назва показника	Значення показника СБС		
	Knauf	Sniezka	Alba
Суміші			
Крупність заповнювача, мм не більше	0,2	0,2	0,2
Розчинові суміші			
Термін придатності, хв, не менше	35	38	40
Рухомість, см, не менше	7	10	8
Розчини			
Границя міцності (через 7 діб), МПа, не менше	3,1	2,6	2,7
Границя міцності на розтяг при вигині, МПа, не менше: - через 7 діб;	0,6	0,4	0,4
Тріщиностійкість, мм	Відсутність тріщин	Відсутність тріщин	Відсутність тріщин
Морозостійкість, циклів, не менше	-	-	-
Паропроникність, мг/м·год·Па, не менше	0,08	0,07	0,09
Усадка, мм/м, не більше			
Міцність зчеплення з основою після витримування в повітряно-сухих умовах, МПа не менше	0,6	0,7	0,3

Дослідження споживних властивостей СБС на полімерній основі

Назва показника	Значення показника СБС		
	Knauf	Krumix	Semin Lisseur
Суміші			
Крупність заповнювача, мм, не більше	0,2	0,1	0,1
Розчинові суміші			
Термін придатності, хв, не менше	180	190	185
Рухомість, см	7	6	7
Розчини			
Границя міцності (через 7 діб) МПа, не менше	-	-	-
Границя міцності на розтяг при вигині, МПа, не менше: - через 7 діб;	-	-	-
Тріщиностійкість, мм	Відсутність тріщин	Відсутність тріщин	Відсутність тріщин
Морозостійкість, циклів, не менше	-	-	-
Паропроникність, мг/м·год·Па, не менше	0,06	0,05	0,09
Усадка, мм/м, не більше	-	-	-
Міцність зчеплення з основою після витримування в повітряно-сухих умовах, МПа, не менше	0,8	0,4	0,6



SWOT-аналіз ТЦ “Веселка” на ринку сухих будівельних сумішей

Сильні сторони

- Високий та середній ціновий сегмент
- Наявність СБС відомих ТМ
- Наявність складських позицій
- Ефективна структура відділу продажу
- Наявність корпоративного сайту

Слабкі сторони

- Не налагоджена робота з отримання рекомендацій у клієнтів
- В інтернет-магазині не вказані ціни на СБС
- Не ведеться база даних за програмами угодами і не коригується комерційна пропозиція
- Не налагоджено контроль «втрат» за клієнтською базою.
- Клієнтська база перебуває у «власності» у менеджера

Можливості

- Модернізувати інтернет-магазин
- Проведення акцій на СБС, розіграшів
- Підвищити взаємодії з оптовими покупцями
- Реорганізація структури відділу продажів

Загрози

- Зниження об’ємів будівництва
- Поява інноваційних
- Зміцнення позицій конкурентів
- Відмова від замовлення
- Зміна тренду
- Пошкодження під час транспортування

Показник	Експертна оцінка			Ранг	Інтегральний коефіцієнт		
	ТЦ «Веселка»	Епіцентр	Ринок		ТЦ «Веселка»	Епіцентр	Ринок
Асортимент СБС	4,3	5,0	3,9	0,15	0,65	0,75	0,6
Ціна	3,6	3,8	4,3	0,2	0,72	0,76	0,86
Розташування магазину	4,9	4,6	2,3	0,2	0,98	0,92	0,46
Швидкість обслуговування	3,9	4,8	3,2	0,15	0,58	0,72	0,48
Доставка	4,8	4,9	1,1	0,15	0,72	0,73	0,16
Консультація	3,3	4,9	2,3	0,15	0,49	0,73	0,34
Загальний бал				1	4,14	4,61	2,9
Місце підприємства					2	1	3

- змінити структуру і виконувані функції відділу продажів, автоматизувати роботу відділу;
- поставити цілі на розвитку продажів на 2-3 роки;
- визначити, які функції має виконувати відділ продажів, щоб цілі було досягнуто;
- Придбати CRM;
- Проведення акцій для стимулювання збуту СБС.
- Модернізація інтернет-магазину, де окремо представити СБС.
- Підвищення кваліфікації та мотивації менеджерів, що знизить рівень втрат замовлень
- Підвищення конкурентоспроможності завдяки розширенню асортименту СБС

Дякую за увагу!