



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:

**«МАРКЕТИНГ САНІТАРНО-ТЕХНІЧНИХ ВИРОБІВ
(НА МАТЕРІАЛАХ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»))»**

Виконав:

здобувач 2 курсу, групи МАРКм-23

спеціальності 075 «Маркетинг»

Романенко А.С.

Науковий керівник:

д.т.н., проф.

Ляліна Н. П.

Київ - 2024

Актуальність роботи

Актуальність маркетингу санітарно-технічних виробів у ТОВ "Епіцентр К" обумовлена кількома ключовими факторами, які роблять цей напрям важливим для компанії в сучасних умовах:

- Попит на сантехнічні вироби, такі як унітази, раковини, змішувачі, ванни та душові системи, активно зростає. Це пов'язано з підвищеною активністю у сфері будівництва та ремонту, зокрема через розвиток житлової нерухомості. Як наслідок, "Епіцентр" має змогу не тільки задовольняти існуючий попит, але й стимулювати його за допомогою грамотної маркетингової стратегії.
- Маркетинг дозволяє формувати вигідні товарні пропозиції, виділяючи найбільш популярні та унікальні товари, що забезпечує лояльність споживачів. "Епіцентр К" пропонує продукцію різних цінових сегментів – від економ до преміум. За допомогою сегментації та маркетингових інструментів компанія може ефективніше охоплювати різні групи споживачів, що підвищує продажі.
- Ринок сантехніки є насиченим, з великою кількістю брендів як міжнародних, так і локальних виробників. "Епіцентр К" використовує маркетинг для зміцнення своїх конкурентних позицій через акції, рекламні кампанії, лояльні цінові пропозиції та індивідуальні підходи до кожного сегмента ринку. Ці методи допомагають компанії виділятися серед конкурентів, забезпечуючи стабільний потік клієнтів.

- Розвиток онлайн-продажів і цифрового маркетингу стає важливим елементом маркетингової стратегії. Покупці дедалі частіше звертаються до інтернету для пошуку та вибору продукції. Веб-сайт компанії, соціальні мережі, реклама в інтернеті дозволяють охопити ширшу аудиторію та забезпечити зручний процес купівлі. "Епіцентр К" активно розвиває цифровий маркетинг, забезпечуючи своїм клієнтам можливість замовлення санітарно-технічних товарів онлайн, що підвищує доступність продукції.
- Маркетинг санітарно-технічних виробів у ТОВ "Епіцентр К" є актуальним та необхідним інструментом, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності, залученню клієнтів, утриманню лояльності та задоволенню сучасних потреб споживачів. За допомогою ефективного маркетингу компанія здатна не лише зміцнювати свої позиції на ринку, а й адаптуватись до нових тенденцій і вимог споживачів, що формує її успіх у середньо- та довгостроковій перспективі.
- **Мета роботи** – проаналізувати сучасний стан ринку санітарно-технічних виробів як в Україні, так і в світі, провести дослідження асортименту та вподобань та вимог споживачів щодо вибору товарів даної групи.
- **Об'єкт дослідження** - асортимент санітарно-технічних виробів.
- **Предмет дослідження** – процес впровадження маркетингових стратегій при формуванні асортименту санітарно-технічних виробів в ТОВ «Епіцентр К».

- Санітарно-технічні вироби – це обладнання, яке використовується для облаштування систем водопостачання, каналізації, опалення та вентиляції. Їх класифікація здійснюється за різними критеріями, залежно від призначення, матеріалу, конструкції та інших параметрів.
- Згідно з УКТЗЕД вироби з кераміки сантехнічного призначення класифікуються в розділі XIII "Вироби з каменю, гіпсу, цементу, азбесту, слюди або аналогічних матеріалів; керамічні вироби; скло та вироби із скла",
 - групі 69 "Керамічні вироби",
 - товарній позиції 6910 "Раковини, умивальники, консолі раковин, ванни, біде, унітази, зливні бачки, пісуари та аналогічні санітарно-технічні вироби з кераміки".
 - У товарній позиції 6910 вироби санітарно-технічного призначення поділяються на 2 групи, а саме:
 - раковини, умивальники, консолі раковин, ванни, біде, унітази, зливні бачки, пісуари й аналогічні санітарно-технічні вироби із фарфору (691010)
 - та інші вироби – 691090

КЛАСИФІКАЦІЯ САНІТАРНО-ТЕХНІЧНИХ ВИРОБІВ

5

За призначенням	Санітарно-гігієнічні вироби	Умивальники, унітази, біде, пісуари, ванни, душові піддони
	Кухонне обладнання	Кухонні мийки, подрібнювачі відходів
	Системи опалення та водопостачання	Радіатори, котли, змішувачі, запірні арматура
	Вироби для водовідведення	Сифони, зливні системи
За матеріалом виготовлення	Керамічні	Фаянсові, порцелянові
	Металеві	Чавунні, сталеві, нержавіючі, мідні
	Полімерні	Пластикові, композитні
	Скляні	Використовуються для дизайнерських виробів, наприклад, умивальників
За способом встановлення	Підлогові	Унітази, біде, ванни
	Настінні	Умивальники, пісуари, радіатори, змішувачі
	Вбудовані	Унітази з системами інсталяції, кухонні мийки
	Переносні	Мобільні душові кабінки

КЛАСИФІКАЦІЯ САНІТАРНО-ТЕХНІЧНИХ ВИРОБІВ

За типом підключення	Пряме підключення	Продукти, які під'єднуються безпосередньо до водопровідної чи каналізаційної системи
	З автономним живленням	Біотуалети, які не потребують підключення до каналізації
За дизайном	Класичні, модернові, інноваційні	
За сферою застосування	Для приватного використання Для громадських місць Для промислового використання	

Структура продажу виробів сантехнічного призначення на ринку України в 2023 р.

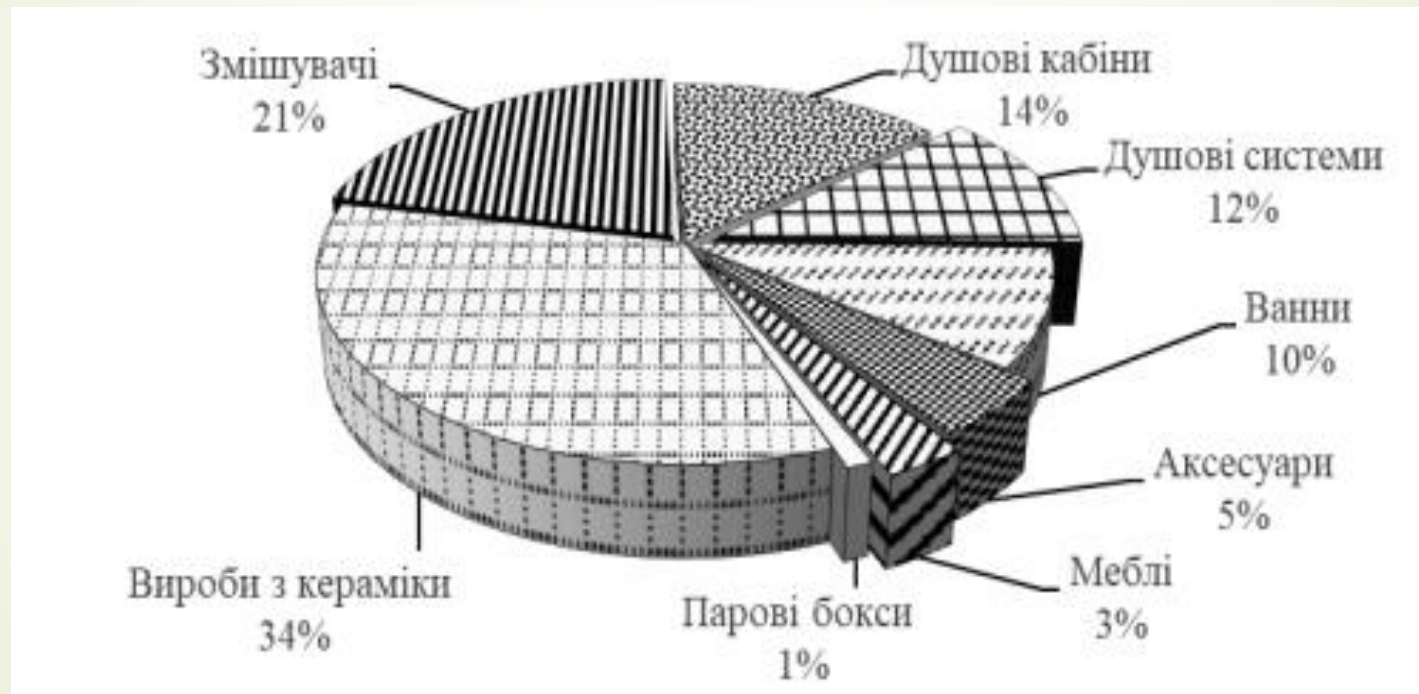


Рис. 1. Структура продажу виробів санітарно-технічного призначення

Обсяги імпорту в Україну виробів санітарно-технічного призначення із кераміки, тис. доларів США

Країни-імпортери	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Китай	1236	1744	2100	2450	1980	2290
Польща	2514	3082	4848	5327	3924	4200
Туреччина	1518	2048	1500	1630	1100	1260
Інші	1589	2076	3726	4170	3500	4050
Разом	6857	8950	12186	13577	10504	11800

Структура сантехнічних виробів з кераміки на ринку України в 2023 р.

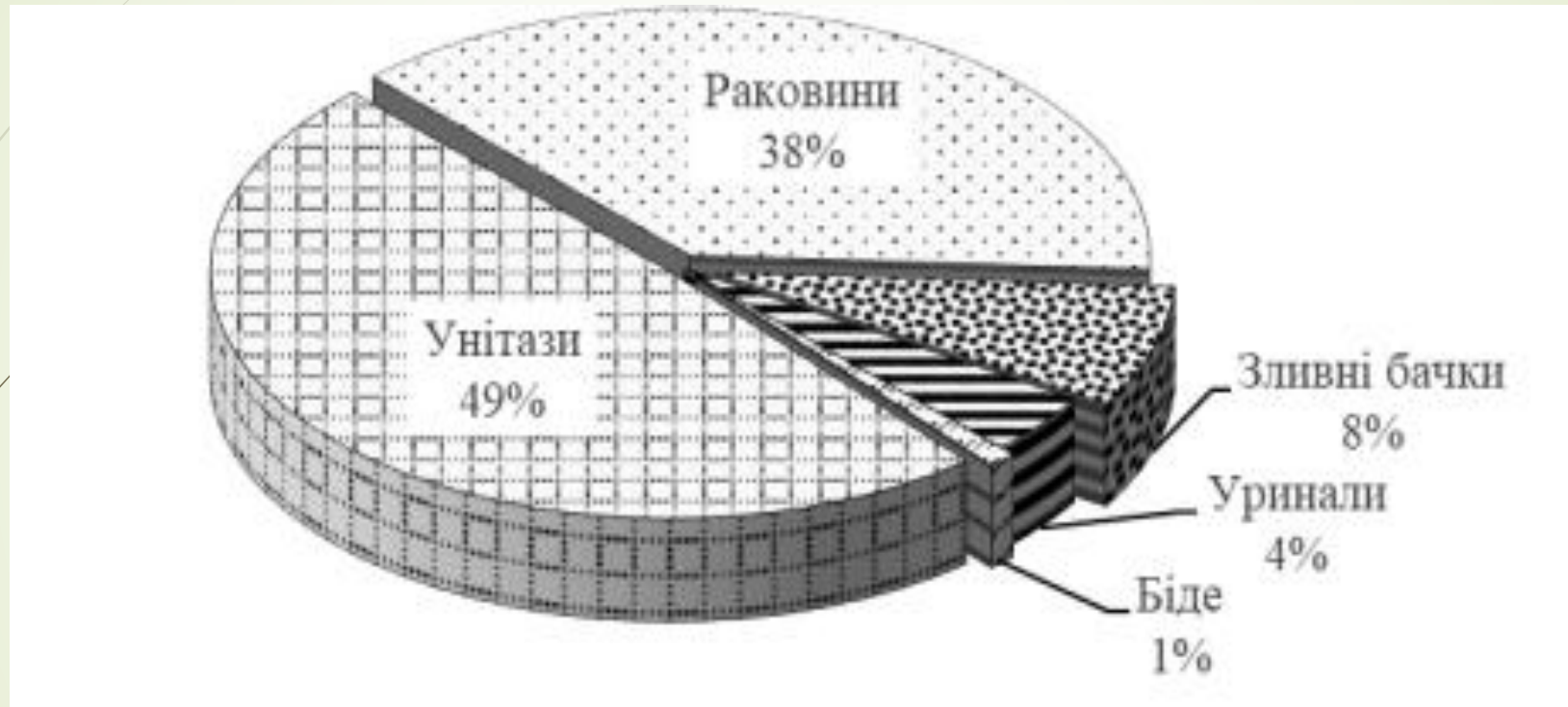


Рис. 2. Структура санітарно-технічних виробів з кераміки

Основні експортери санітарно-технічної продукції в Україні до 2022 р.

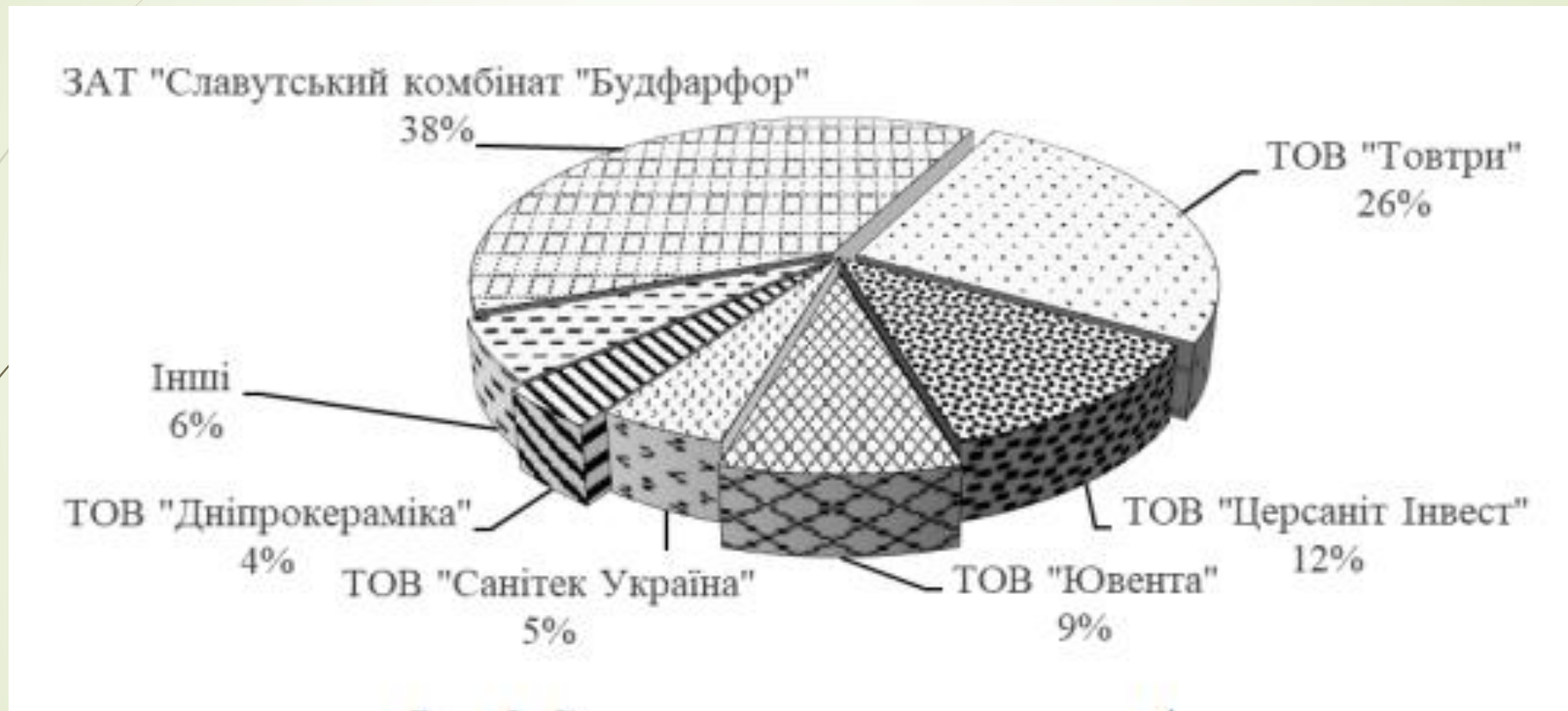


Рис. 3. Експортери санітарно-технічної продукції

Обсяг світового ринку санітарної кераміки, біліон \$

11

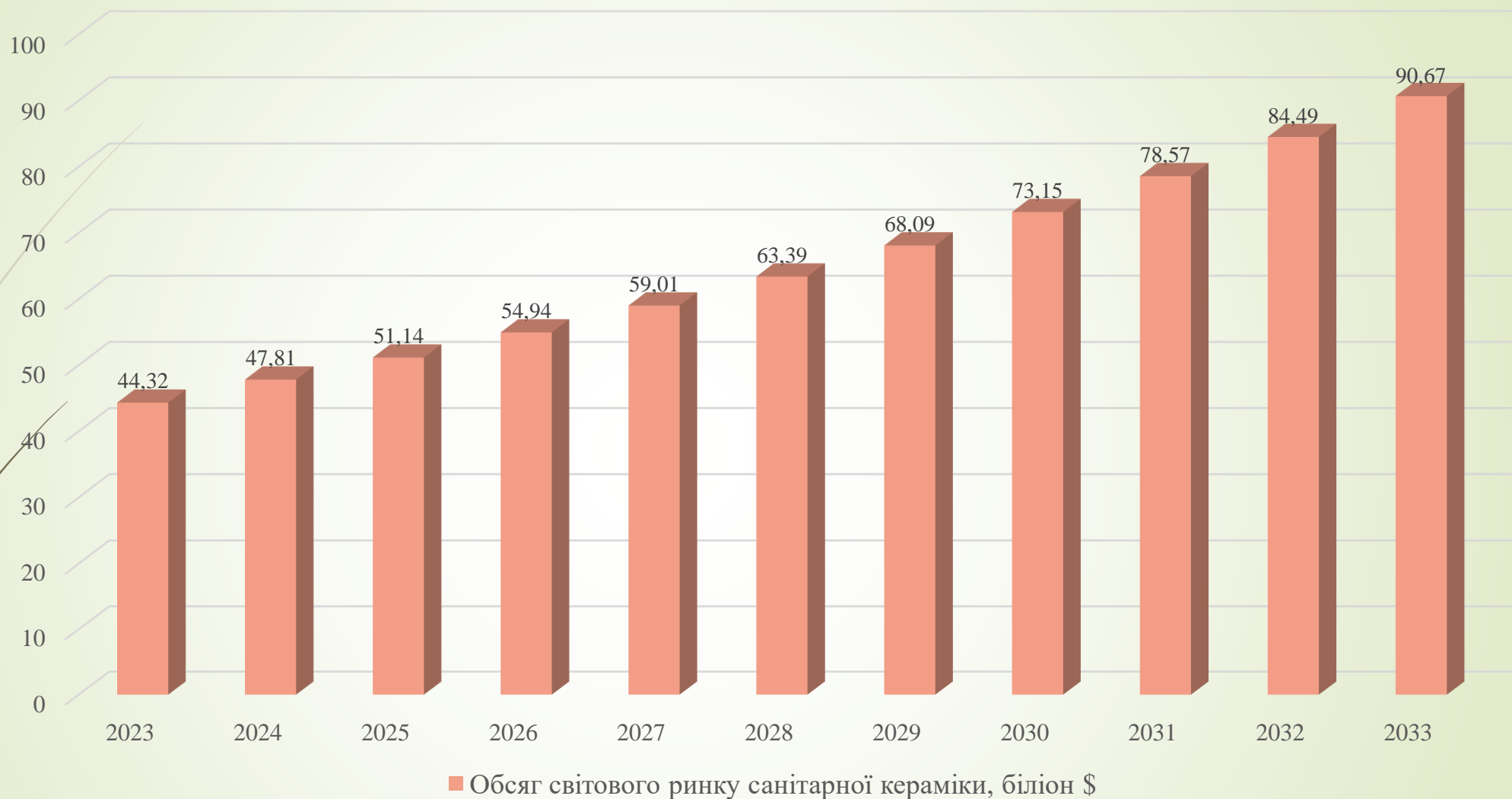


Рис. 5. Сучасний і прогнозований обсяг світового ринку санітарної кераміки

Джерело: <https://www.precedenceresearch.com/ceramic-sanitary-ware-market>

Світові компанії ринку керамічної сантехніки

CERA Sanitaryware Ltd.

Colavene Spa

Doshi Ceramic Industries

Duravit AG

Eczacibasi Holdings Co.

Geberit International AG

Golf Ceramics Ltd.

Hindware Ltd.

Ideal Standard International NV

Imex Ceramics UK Ltd.

Kohler Co.

LIXIL Corp.

Orient Ceramics

Основні виробники санітарно-технічних виробів в Україні

1. Keramin

- Асортимент: Унітази, раковини, біде, плитка.
- Ціновий сегмент: Середній.

Характеристика: Keramin відомий своєю продукцією для ванних кімнат і кухонь, яка поєднує функціональність з привабливим дизайном. Компанія робить акцент на інноваціях і технологіях, що дозволяє створювати якісні та довговічні вироби.

2. Monolit

- Асортимент: Системи зливу, сифони, сантехнічні з'єднання.
- Ціновий сегмент: Економ і середній.

Характеристика: Monolit спеціалізується на виготовленні інженерних систем для зливу та інших допоміжних сантехнічних елементів. Завдяки зручним рішенням та конкурентоспроможним цінам компанія популярна серед українських споживачів.

Основні виробники санітарно-технічних виробів в Україні

3. Vidima (частково виробництво в Україні)

- Асортимент: Змішувачі, душові системи.
- Ціновий сегмент: Середній та преміум.

Характеристика: Vidima активно розширює свою лінійку продукції, пропонуючи якісні змішувачі, які відомі довговічністю та зручністю у використанні. Компанія використовує якісні матеріали, інноваційні технології, а її продукція адаптована до європейських стандартів.

4. Aqua Rodos

- Асортимент: Ванни, умивальники, меблі для ванних кімнат.
- Ціновий сегмент: Середній.

Характеристика: Aqua Rodos відома виробництвом меблів для ванних кімнат та сантехніки з використанням сучасних технологій. Асортимент вирізняється зручністю, естетикою і доступною ціною.

5. Sanwerk

- Асортимент: Душові кабінки, умивальники, ванни.
- Ціновий сегмент: Середній і преміум.

Характеристика: Sanwerk спеціалізується на виробництві душових кабін та ванн сучасного дизайну. Їхні вироби вирізняються надійністю, стильним дизайном та відповідністю сучасним екологічним стандартам.

Маркетинг санітарно-технічних виробів в ТОВ «Епіцентр К»

Діяльність спрямована на обслуговування різноманітної аудиторії: від приватних покупців до професійних сантехніків, архітекторів і дизайнерів інтер'єрів, та включає в себе:

- 1. Аналіз ринку та асортиментна політика*
- 2. Цінова політика та акційні пропозиції*
- 3. Реклама та просування*
- 4. Обслуговування та клієнтоорієнтованість*
- 5. Аналіз і розвиток відносин із постачальниками*

Асортимент санітарно-технічних виробів в ТОВ «Епіцентр К» за категоріями

Категорія	Підкатегорії
Ванни та душові системи	Ванни, душові кабінки, душові піддони
Умивальники	Врізні умивальники на стільницю, накладні умивальники, вбудовані умивальники
Унітази та біде	Підвісні унітази, біде, інсталяційні системи
Системи зливу та інсталяції	Сифони, інсталяційні блоки
Акcesуари для ванної кімнати	Тримачі для рушників, полиці, дзеркала

Розподіл асортименту за ціновими сегментами, %

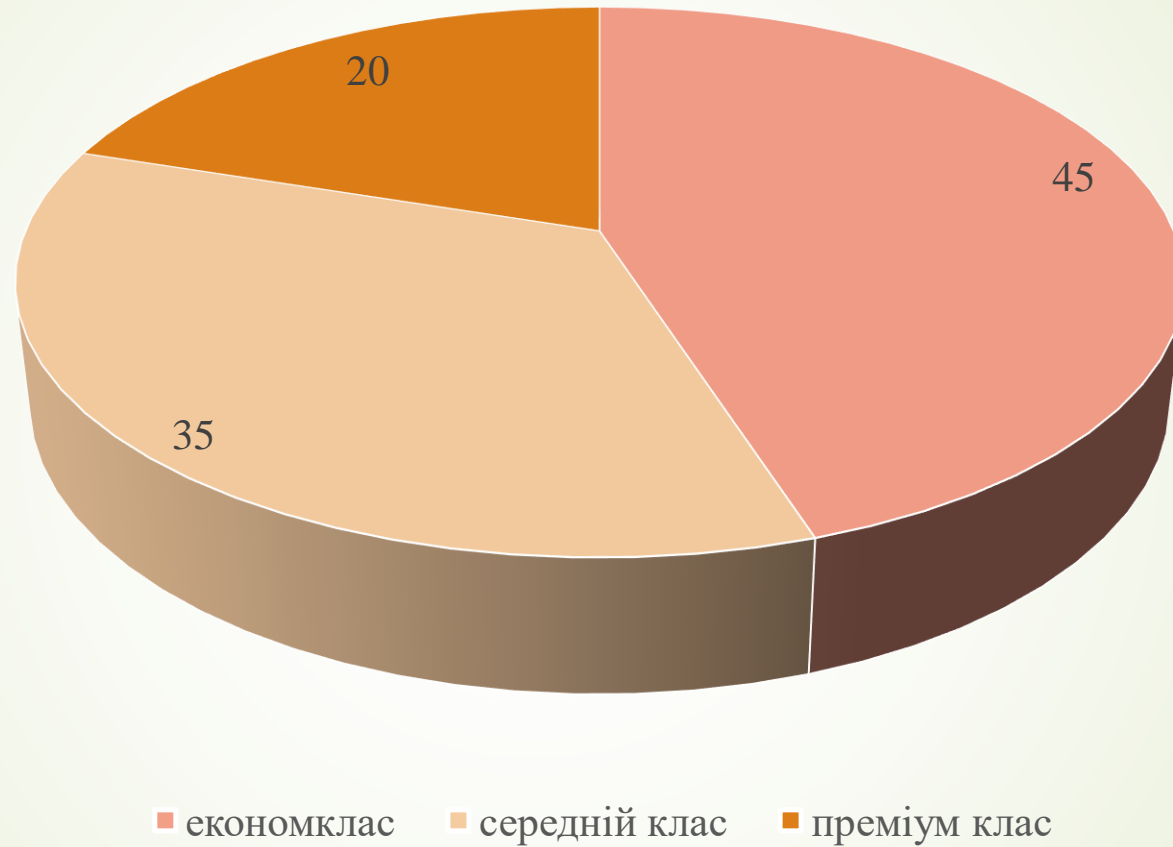


Рис. 6. Розподіл асортименту санітарно-технічних виробів в ТОВ «Епіцентр К» за ціновими сегментами

Популярні бренди санітарно-технічних виробів, представлених у ТОВ «Епіцентр К»

Категорія	Бренди
Ванни та душові системи	Cersanit, Roca, Kolo
Умивальники	Cersanit, Kolo, Vidima
Унітази та біде	Cersanit, Roca, Grohe
Змішувачі	Hansgrohe, Grohe, Vidima
Системи зливу та інсталяції	Geberit, Grohe
Акcesуари для ванної кімнати	Ravak, Ideal Standard

Частка продажів, %

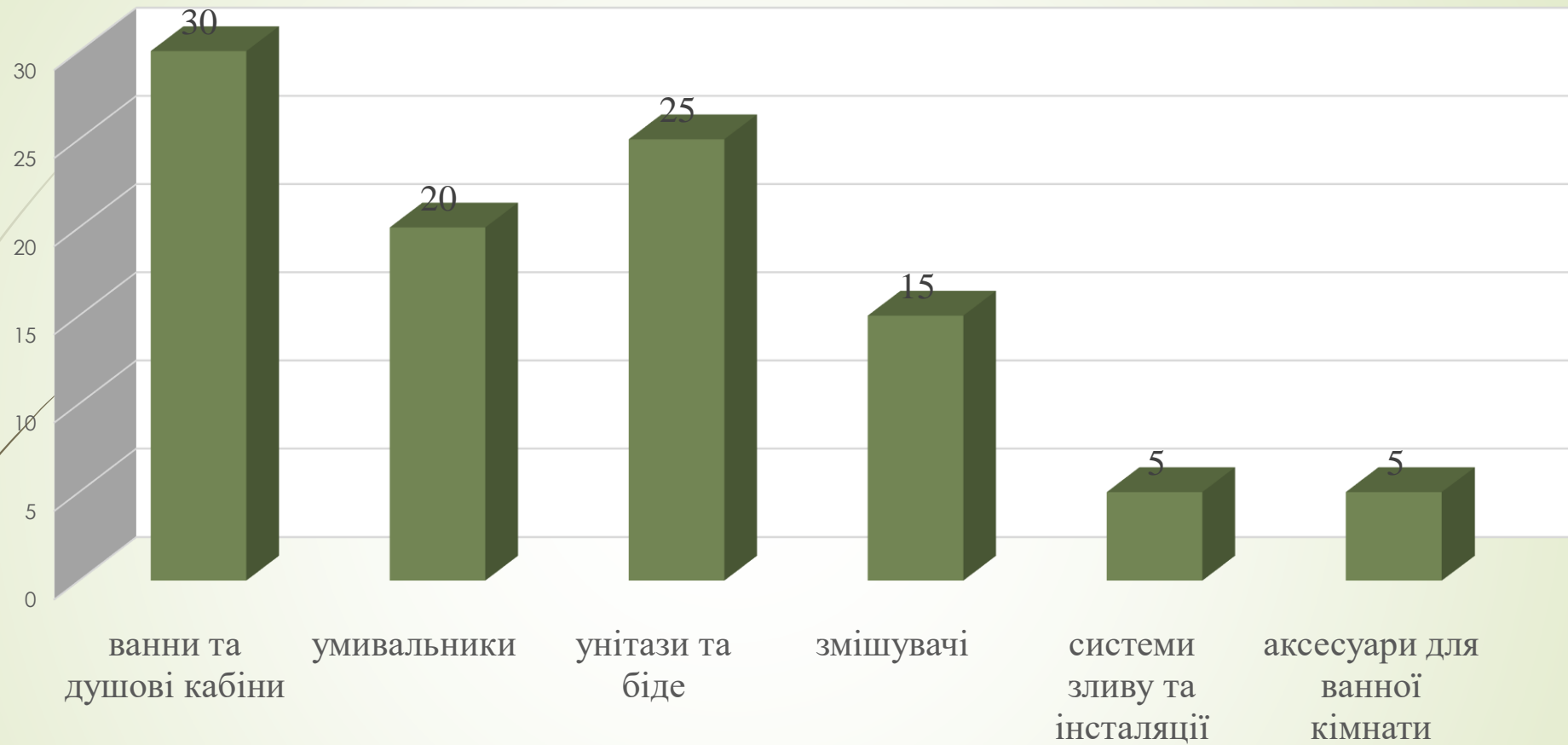
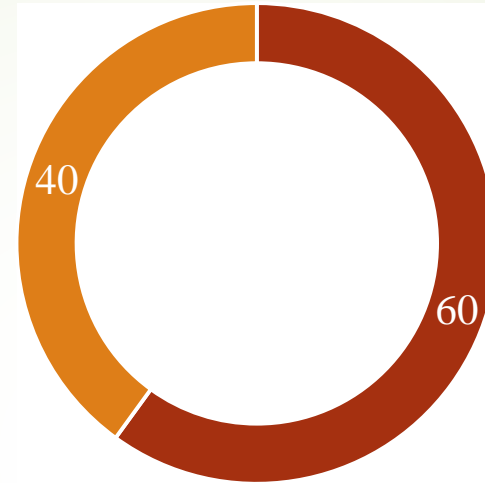


Рис. 7. Діаграма продажів основних категорій сантехніки

Джерело: складено автором

Розподіл за ціновими сегментами, %



- середній (Cersanit, Kolo)
- преміум (Roca, Grohe, Geberit, Hansgrohe)

Рис. 8. Розподіл брендів за ціновими сегментами

Розподіл брендів санітарно-технічних виробів за якістю

Бренд	Середній рейтинг за якістю, за 5-бальною шкалою
Grohe	4.8
Roca	4.7
Hansgrohe	4.7
Geberit	4.6
Kolo	4.3
Cersanit	4.2

Частка постійних покупців, %

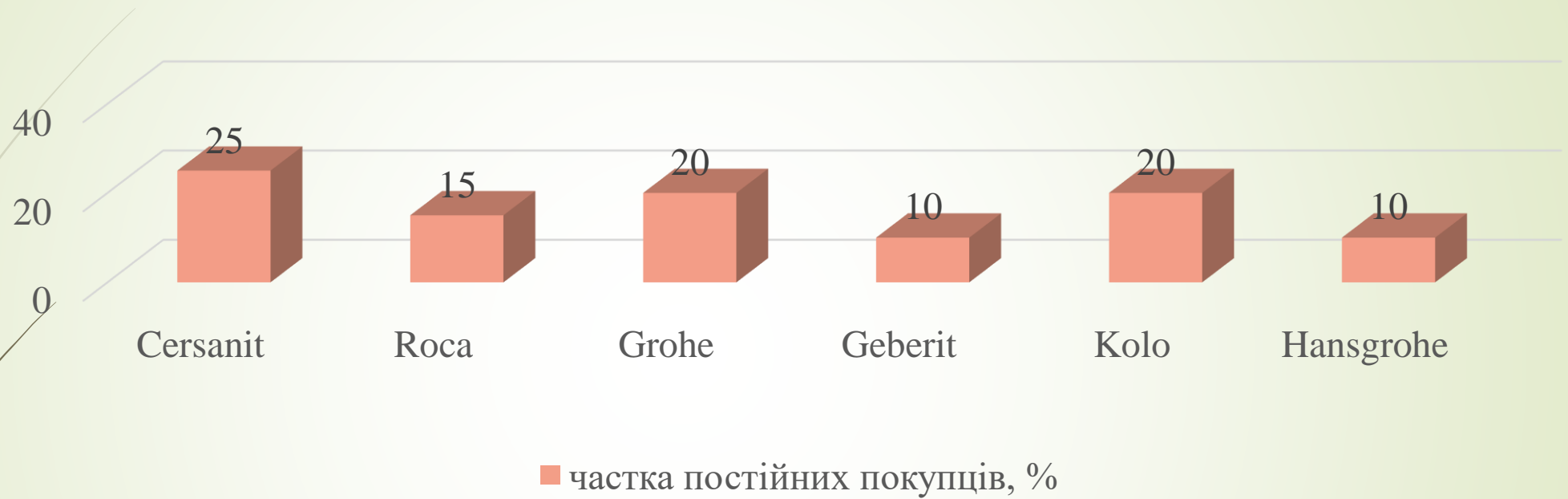


Рис. 9. Рівень лояльності до брендів

Тенденції та новинки в асортименті

ТОВ "Епіцентр" оновлює асортимент відповідно до сучасних тенденцій, таких як:

- Екологічні матеріали (бамбукові аксесуари, кераміка)
- Інноваційні рішення (безконтактні змішувачі, системи економії води)
- Естетичні новинки (мінімалістичний дизайн, різноманітність форм і кольорів).

Характеристика споживачів санітарно-технічних виробів у ТОВ «Епіцентр К»

Вік споживачів	Основні характеристики	Частка, %
18-30 років	Молодь, яка проводить перший ремонт, орендарі, активні покупці бюджетної продукції	20 %
30-45 років	Сімейні пари, власники житла, часто схильні до оновлення сантехніки, обирають середній сегмент	35 %
45-60 років	Достаток вище середнього, прагнуть якості та довговічності, частіше обирають преміум-клас	25 %
Понад 60 років	Часто проводять ремонти для своїх дітей чи онуків, схильні до середнього сегмента	20 %

Сегментування споживачів санітарно-технічних виробів за типом

Тип споживача	Основні характеристики	Частка, %
Приватні покупці	Житловий ремонт, потреба в бюджетних та середніх рішеннях	65%
Бізнес-сегмент	Купівля для проєктів, професійне використання	35%

Цінова сегментація споживачів санітарно-технічних виробів

Ціновий сегмент	Основні характеристики	Частка, %
Бюджетні покупці	Обирають доступні товари, цікавляться акціями	40%
Середній сегмент	Орієнтація на якість та помірну ціну	45%
Преміум-клас	Продукція високої якості, довговічність	15%

Сегментація споживачів за цілями покупки

Ціль покупки	Основні характеристики споживачів	Частка, %
Ремонт власного житла	Основний сегмент, приватні покупці	50%
Ремонт для оренди чи продажу	Купують економний або середній сегмент, прагнуть економії	30%
Комерційне будівництво	Компанії, що вкладають у якісну продукцію для бізнесу	20%

Реклама та інші інструменти маркетингу для залучення споживачів

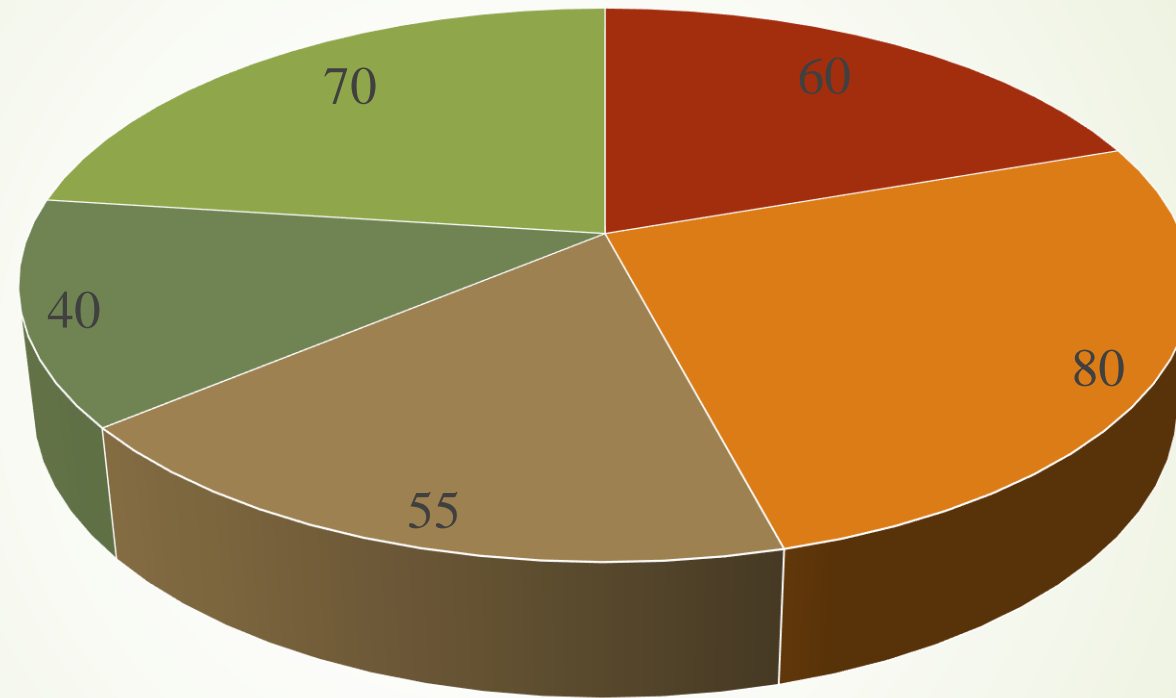
Функції та основні цільові аудиторії реклами

Канал	Цільова аудиторія	Основні цілі реклами
Телебачення	Масова аудиторія	Просування акцій та сезонних знижок
Соціальні мережі	Молодь, середньовік	Інформаційна реклама, новинки, відеоогляди, поради
Зовнішня реклама	Місцеві жителі, що проїжджають	Інформування про акції, підвищення впізнаваності
Друковані матеріали	Приватні покупці, дизайнери	Просування преміум-продуктів, інформування про асортимент
Інтернет-реклама	Масова аудиторія, таргетинг	Залучення на сайт, персоналізовані акції

Характеристика типів повідомлення у рекламі

Тип повідомлення	Мета повідомлення	Канали
Акції та знижки	Залучення споживачів	Телебачення, зовнішня реклама
Сезонні пропозиції	Стимулювання продажів в піковий сезон	Соціальні мережі, телебачення
Інформаційні матеріали	Ознайомлення з продуктом, допомога у виборі	Друковані матеріали, соцмережі
Показ новинок	Презентація новинок та трендових колекцій	Інтернет-реклама, соцмережі

Рівень залученості, %



■ TV ■ SOCIAL MEDIA ■ outdoor ■ print_media ■ online_ads

Рис. 10. Показники ефективності рекламних каналів

Висновки

1. Маркетинг сантехнічних виробів у мережі ТОВ "Епіцентр" є стратегічним напрямом, що включає комплекс заходів для просування товарів на ринку з метою максимального задоволення потреб клієнтів, збільшення продажів і зміцнення позицій бренду. Діяльність спрямована на обслуговування різноманітної аудиторії: від приватних покупців до професійних сантехніків, архітекторів і дизайнерів інтер'єрів. Вона включає аналіз ринку, вивчення потреб клієнтів, розробку асортименту, цінову політику, рекламні кампанії та роботу з підвищення рівня обслуговування клієнтів.

2. Аналіз асортименту сантехнічних виробів у ТОВ "Епіцентр" показує багатогранний підхід, що охоплює різноманітні цінові сегменти, популярні бренди та враховує сучасні тенденції на ринку. Завдяки такій стратегії компанія забезпечує широкий вибір продукції для різних категорій клієнтів.

3. Сегментування споживачів сантехнічних виробів у "Епіцентрі" показує:

більшість покупців – це приватні клієнти, які обирають економ або середній сегмент;

цінова чутливість є важливим фактором, особливо для молодих покупців;

залежно від мети покупки споживачі віддають перевагу різним ціновим категоріям і брендам.

4. Комплексний підхід до реклами сантехніки у ТОВ "Епіцентр К" дозволяє охопити широкий спектр споживачів і підвищити їх залученість через різні канали та типи повідомлень.