

УДК 69:339.13; 69.659.1

*Захарченко П.В., канд. техн. наук, професор,  
завідувач кафедри, КНУБА;  
Гавриш О.М., канд. філ. наук, професор КНУБА,  
генеральний директор ТОВ «Кнауф Гіпс Київ»;  
Атарі-Колумб Б.Ю., регіональний директор,  
ТОВ «Епіцентр-К», м. Київ.*

## **РЕЗУЛЬТАТИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРОДАЖІВ ГКП КНАУФ В ТОРГІВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «ЕПІЦЕНТР-К»**

Значну роль у відродженні галузі виробництва сучасних будівельних матеріалів в Україні відіграє німецька фірма Кнауф – транснаціональна компанія, яка виробляє на майже 200 підприємствах в 45 країнах світу сучасні системи сухого будівництва, теплоізоляцію, металеві конструктивні елементи, сухі суміші, штукатурні машини, вироби будівельної хімії тощо. За останнє десятиліття компанія Кнауф інвестувала в українську будівельну галузь сотні мільйонів доларів США, створивши крупні виробничі потужності в Києві, Донецькій та Тернопільській областях.

В основу сухих методів будівництва покладено філософію, що включає в себе не тільки певну технологію виробництва матеріалів, а й відповідну технологію їх застосування. Висока якість матеріалів має підкріплюватися правильним, грамотним їх використанням.

Саме з цією метою на базі ТОВ «Кнауф Гіпс Київ» у 1999 р. було відкрито навчальний центр, де здійснюється підготовка кваліфікованих працівників – будівельників для реалізації сучасних технологій сухого будівництва. Також дилери, інженери, архітектори і дизайнери можуть ознайомитись з особливостями проектування та конструювання сучасних комплектних систем.

Наступний центр було створено фірмою у 2002 р. на базі Донбаської національної академії будівництва і архітектури (ДонНАБА). Головною його особливістю є те, що всі ремонтно-будівельні роботи виконують студенти академії за спеціальністю «монтажник гіпсокартонних систем». Це має велике значення у становленні їх як фахівців-будівельників.

Кнауф тісно співпрацює з вищими та середніми спеціальними навчальними закладами. В Київському національному університеті будівництва та архітектури на кафедрі товарознавства та комерційної діяльності запроваджено курс лекцій із сухого будівництва, проводяться інші освітні та наукові заходи.

Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві була створена в 2003 році на вимоги будівельного комплексу, пов'язані з появою в Україні нових будівельних матеріалів та технологій, які впроваджуються в будівельний процес.

Фахівці кафедри тісно співпрацюють з найбільшими виробниками сучасних будівельних матеріалів – компаніями Хенкель Баутехнік, Кнауф, Полірем, Аерок, а також з великими мережевими будівельними супермаркетами – Агромат, Епіцентр та іншими. Налагоджена співпраця з вищими професійно-технічними училищами, технікумами та коледжами, кращі випускники яких продовжують навчання в КНУБА по спеціальності «Товарознавство та комерційна діяльність в будівництві». Вивчення будівельного товарознавства – реакція на стрімкий розвиток будівельної галузі за останні 10 років, який привів до появи на ринку України багатьох нових технологій та сучасних будівельних матеріалів. Викладачі та наукові співробітники кафедри виконують науково-дослідні роботи по вивченню ринку будівельних матеріалів та нових технологій будівництва. Навчальну практику студенти спеціальності

«Товарознавство і комерційна діяльність» проводять на реальних об'єктах м. Києва та інших міст України. Технологічні практики проводяться на виробничих підприємствах, таких як: Акціонерне товариство холдингова компанія «Київміськбуд», асоціація підприємств «Київміськбудматеріали», ТОВ «Полірем», ТОВ «Фомальгаут», ТОВ «Кнауф Гіпс Київ», ТЦ «Агромат», ТОВ «УБМВ» та інші.

Окремої уваги заслугою співпраця кафедри товарознавства та комерційної діяльності з фірмою Кнауф.

Для успішного просування технології сухого будівництва на ринку України компанія Кнауф створила та пропонує своїм дилерам, будівельникам, архітекторам та всім зацікавленим технічні рішення та комплекти технічної і технологічної документації, яка включає наступні розділи: перегородки, стелі, підлогові системи, штукатурні системи, фасадні системи, мансарди, будівельна техніка, інструмент та комплектуючі. Вийшли з друку підручники та методичні рекомендації, посібники для будівельних вузів та товарознавчих навчальних закладів I-III рівня акредитації, в яких глибоко та всебічно висвітлені новітні технології внутрішнього оздоблення приміщень. Крім друкованої продукції підрозділ фірми «Кнауф Маркетинг» пропонує фахівцям будівельної галузі інформацію про новинки будівельних матеріалів Кнауф та технології їх використання на електронних носіях – у вигляді інформаційних дисків з фотографіями, технічною документацією та з відеозаписом окремих кроків виконання тих чи інших технологічних операцій.

Кафедра товарознавства та комерційної діяльності тісно співпрацює не тільки з виробниками будівельних матеріалів, а й торговими мережами їх збуту. Навички здійснення професійних дій формуються перш за все за допомогою практичної підготовки студентів, яка відбувається під час лабораторних занять та проходження літніх практик.

Під час проходження практик: товарознавчо-комерційних, виробничих, переддипломних, студенти вивчають сучасну виробничу базу будівельної галузі, методи контролю якості будівельних товарів та виробів, порядок приймання та відпуску будівельних товарів зі складу, організацію маркетингу та збуту будівельних товарів, організацію прийому, зберігання та продажу товарів у мережевих супермаркетах будматеріалів, таких як «Епіцентр К».

Компанія «Епіцентр К» – потужна національна мережа будівельно-господарських гіпермаркетів, що стабільно розвивається.

Перший гіпермаркет «Епіцентр К» був відкритий 6 грудня 2003 року у Києві. Сьогодні, «Епіцентр К» має статус національної мережі будівельно-господарських гіпермаркетів. Та компанія не зупиняється на досягнутому, вона продовжує стрімко зростати й налічує вже 28 гіпермаркетів у таких містах, як Київ, Львів, Полтава, Одеса, Чернівці, Харків, Івано-Франківськ, Дніпропетровськ, Луганськ, Хмельницький, Миколаїв, Кривий Ріг, Тернопіль, Черкаси, Ужгород, Рівне, Донецьк, Запоріжжя, Луцьк, Вінниця та Кіровоград.

На сьогоднішній день аналогів «Епіцентр К» серед інших операторів з продажу будівельних матеріалів в Україні не існує. Про це свідчить перелік характерних особливостей:

- формат «від і до» – весь спектр будівельних матеріалів;
- широкий асортимент в усіх групах товарів;
- наявність позицій – хітів за найнижчою ціною на ринку;
- європейські стандарти обслуговування.

Велику увагу компанія «Епіцентр К» приділяє високому рівню обслуговування та наданню додаткових послуг клієнтам із будь-яким статком, як чоловікам, так і жінкам. Саме тому серед широкого спектра товарів для будівництва, якими цікавляться переважно чоловіки, окремою лінією представлено асортимент для жінок. Наприклад, декоративні рослини та квіти у відділі «Сад та Город», різноманітня посуду, текстилю, подарунків у відділі «ДЕКО», а також широкий асортимент побутової хімії.

12 грудня 2009 року національна мережа «Епіцентр К» відкрила в Києві найбільший у світі гіпермаркет - торгова площа його складає 56 000 квадратних метрів (що дорівнює площі

восьми футбольних полів), а асортимент товару - 200 000 найменувань.

Саме цей гіпермаркет 27 березня 2010 року, комісія Національного проекту «Книга рекордів України», що є офіційним партнером Книги рекордів Гіннеса, відмітила у двох номінаціях «Найбільший будівельно-господарський гіпермаркету формату DIY» та «Найкоротший термін будівництва будівельно-господарського гіпермаркету формату DIY у світі» (він був побудований за 6 місяців).

В рамках співробітництва з «Епіцентр К» кафедра товарознавства та комерційної діяльності КНУБА проводить маркетингові дослідження по системному аналізу товаронавчих аспектів різних виробників, в тому числі і матеріалів для сухого будівництва. Нижче представлені результати товарознавчо-комерційної практики студентів 5 курсу ТКД КНУБА, проведеної влітку 2011р. в будівельно-господарському гіпермаркеті «Епіцентр К3», що розташований за адресою м. Київ, пр-т Григоренка, 40.

В сегменті плитних матеріалів було досліджено представлений асортимент гіпсокартонних плит, які, в залежності від споживних властивостей, поділяються на наступні види:

- звичайні (ГКП);
- вологостійкі (ГКПВ);
- з підвищеною опірністю впливу відкритого полум'я (ГКПО);
- плити гіпсокартонні (ГКП DFI) суха основа підлоги (СОП);
- плити гіпсокартонні типу Е – композиційна система для зовнішнього облаштування.

Під час проведення досліджень в гіпермаркеті «Епіцентр К3» були представлені лише нижче наведені типи ГКП (табл. 1).

**Таблиця 1** - Асортимент гіпсокартонних плит в гіпермаркеті «Епіцентр К3»

Вид	Виробник	Найменування	Розміри, мм
ГКП звичайна	KNAUF	ГКП (GKB)	2000x1200x9,5
	KNAUF	ГКП (GKB)	3000x1200x9,5
	KNAUF	ГКП (GKB)	2500x1200x9,5
	KNAUF	ГКП (GKB)	2000x600x12,5
	KNAUF	ГКП (GKB)	2500x1200x12,5
	KNAUF	ГКП (GKB)	1500x600x12,5
	Lafarge	PLATOFormat	2000x1200x12,5
ГКП вологостійка	KNAUF	ГКПВ (GKBi)	2000x1200x12,5
	KNAUF	ГКПВ (GKBi)	2500x1200x12,5
	KNAUF	ГКПВ (GKBi)	2000x600x12,5
	KNAUF	ГКПВ (GKBi)	1500x600x12,5
	Lafarge	PLATO Aquastop	2500x1200x9,5
ГКП вогнестійка	KNAUF	ГКПО (GKFi)	2500x1200x12,5
ГКП аркова	Lafarge	PLATO Arka	2500x1200x6,5

Серед виробників ГКП представлена продукція двох торгових марок – KNAUF та LAFARGE. Вологостійкі гіпсокартонні плити з підвищеним опором вогневій (ГКПВО) дії в магазині відсутні.

Гіпсокартонні плити, представлені в гіпермаркеті «Епіцентр КЗ», складаються з використанням піддонів, які виготовлені з деревини, що ставляться один на одного з метою збереження торгової площі магазину. Піддони розташовані в певній послідовності в залежності від виду товарної групи, марки та розмірів виробів.

Товар, який користується найбільшим попитом серед покупців гіпермаркету, розташовується на торцевих сторонах рядів.

Поряд з гіпсокартонними плитами в одному ряду представлені комплектуючі матеріали: профілі (стоякові, напрямні, Т-подібні, L-подібні), шурупи, дюбелі, сітки для швів, тощо. Дане розміщення продукції є достатньо вигідним як для покупців, з точки зору кінцевого споживання товару, так і для магазину, оскільки це сприяє успішному товаропросуванню продукції.

Також покупці гіпермаркету мають можливість придбати дефектні (браковані) гіпсокартонні плити за зниженими цінами. В торговельному залі дана продукція розташовується поряд з якісними виробами.

Гіпсокартонні плити, розташовані в торговельному залі гіпермаркету, упаковані у транспортні пакети, які сформовані з плит одного виду, групи, типу, поздовжніх кромek та розмірів з використанням піддонів або підкладок, які виготовлені з деревини, гіпсокартонних плит та інших матеріалів.

В якості обв'язки пакетів застосовується сталева або синтетична стрічка. Транспортні пакети також упаковані у поліетиленову термоусадкову плівку.

Габарити пакетів не перевищують по довжині 4100 мм, по ширині 1300 мм, по висоті 800 мм; маса пакетів не більша за 3000 кг.

Транспортні пакети плит у торговельному залі встановлені один на одного у штабелі у відповідності з правилами безпеки. При цьому загальна висота штабеля не перевищує 3,5 м.

Упакування продукції в гіпермаркеті «Епіцентр КЗ» відповідає вимогам нормативної документації ДСТУ Б В.2.7-95-2000 «Листи гіпсокартонні. Технічні умови», дефектів упакування під час проведення дослідження виявлено не було.

Перевірка маркування ГКП виявила, що на представлений в торговельному залі продукції маркування виконано на тильному боці кожного виробу незмивною фарбою, що забезпечує необхідну якість маркування. Маркування плит Кнауф виконано згідно нових технічних умов «Плити гіпсокартонні Кнауф» (ТУ У В.2.7-26.6-00290966-003:2010).

Основна відмінність нових Технічних умов від попередніх стосується класифікації продукції, яка значно розширена і поділяється на види, типи і марки плит.

Плити залежно від сировинного складу і галузі застосування розподіляють на види:

- ГКП – плити звичайні;
- ГКПВ – плити вологостійкі;
- ГКПВ<sub>1</sub> – плити, що мають підвищену, порівняно з плитами типу ГКПВ, вологостійкість;
- ГКПО – плити з підвищеною опірністю дії відкритого полум'я;
- ГКПВО – плити вологостійкі та з підвищеною опірністю дії відкритого полум'я;
- ГКПВО<sub>1</sub>О – плити, що мають підвищену, порівняно з плитами типу ГКПВ, вологостійкість і підвищену опірність дії відкритого полум'я.

До позначки виду додається позначка типу плит відповідно характеристик за призначенням і марка згідно з каталогом ТОВ «Кнауф Гіпс Київ».

Типи до яких можуть бути віднесені плити, позначають наступними літерами латинської абетки:

- А – без додаткових характеристик. Плити належать до виду ГКП;
- D – з нормованою густиною. Плити можуть належати до видів ГКП, ГКПВ, ГКПВ<sub>1</sub>, ГКПВО, ГКПВ<sub>1</sub>О;
- Н2 – плити з нормованими параметрами вологостійкості. Плити можуть належати до видів ГКПВ, ГКПВО;

- Н1 – плити з підвищеною у порівнянні з Н2 вологостійкістю. Плити можуть належати до видів ГКПВ1, ГКПВ1О;
- ЕН1, ЕН2 – плити для вітрозахисного шару з нормованими параметрами вологостійкості. Плити можуть належати до видів ГКПВ, ГКПВ1.
- DF – плити, що мають нормовану опірність дії відкритого полум'я. Плити можуть належати до видів ГКПО, ГКПВО, ГКПВ1О;
- І – плити, що мають нормовану стійкість до удару (твердість) поверхні. Плити можуть належати до видів ГКП, ГКПО, ГКПВО, ГКПВ1О;
- R – плити з підвищеною міцністю при згині. Плити можуть належати до видів ГКП, ГКПО, ГКПВО, ГКПВ1О.

Поздовжні кромки плит залежно від їх форми позначають:

- ПК (VK) – пряма кромка;
- СК (AK) – стоншена з лицьового боку кромка;
- НЛК (HRK) – напівкругла з лицьового боку кромка;
- НСЛК (HRAK) – напівкругла стоншена з лицьового боку кромка;
- ЗК (RK) – заокруглена з обох боків кромка;
- СЛК (RAK) – скошена з лицьового боку кромка.

Приклад умовної позначки плит виду ГКП, типу А, з прямими поздовжніми кромками (ПК) без спеціальних торцевих кромки, завдовжки 2500 мм, завширшки 1200 мм, завтовшки 12,5 мм, марки Звичайна:

«ГКП-А-ПК-2500×1200×12,5 ТУ У В.2.7.-26.6-00290966-003:2010».

Таким чином, позначка «А» визначає тип плити, як це прийнято в європейському стандарті EN 520. Позначки «А» або «Б» згідно ДСТУ Б В.2.7.-95-2000 «Листи гіпсокартонні. Технічні умови», які визначають згідно українських нормативних документів якість кутів і поздовжніх кромки (на листах групи А не допускається пошкодження кутів і поздовжніх кромки, а на листах Б – допускається, якщо їхні розміри і кількість не перевищує нормованих значень), виключені з нових Технічних умов ТОВ «Кнауф Гіпс Київ». Ні в європейських стандартах, ні (тим більше) у внутрішньозаводських стандартах компанії Кнауф не допускається «сортність» продукції в зв'язку з пошкодженням плит.

За період дослідження було виявлено, що найбільшим попитом користуються звичайні гіпсокартонні плити завтовшки 12,5 мм (за наявними оцінками, до 55 % продажів припадає саме на них).

Близько 30 % продажів становлять вологостійкі плити завтовшки 12,5 мм і близько 10 % — звичайні ГКП завтовшки 9,5 мм, інші види – близько 5% продажів.

Крім того, було проведено опитування (анкетування) споживачів, що купували ГКЛ, з метою визначення основних критеріїв вибору покупцями даної продукції.

В результаті опрацювання заповнених покупцями анкет виявлено, що 65% споживачів потребують надання професійної консультації при виборі конкретного виду ГКЛ, при цьому 25% респондентів мають будівельну кваліфікацію.

Серед основних критеріїв, які впливають на вибір гіпсокартонних плит покупцями, було зазначено довіру торговій марці та професійним рекомендаціям (відповідно 43 % і 25%), ціну (20%), наявність в магазині (10%), інше – 2%.

Основними споживачами гіпсокартонних плит є приватні особи, що купують ГКП як для ремонту своїх квартир (понад 55%), так і для нового будівництва (близько 45%). Гіпсокартонні плити головним чином купують для облицювальних робіт, влаштування стель та перегородок. Переважну більшість опитаних споживачів (95%) задовольняє якість обслуговування в гіпермаркеті «Епіцентр К3».

Цінова політика представляє собою важливий елемент загальної стратегії підприємства, і безпосередньо входить у такий великий її розділ, як ринкова стратегія. Вона з'єднує в собі

## БУДІВЕЛЬНІ МАТЕРІАЛИ, ВИРОБИ ТА САНІТАРНА ТЕХНІКА

як стратегічні, так і тактичні аспекти і в найбільш загальному вигляді може бути визначена як діяльність керівництва підприємства по встановленню, підтримці і змінінню цін на продукцію, яка здійснюється в руслі загальної стратегії підприємства і спрямована на досягнення його цілей і задач. В рамках дослідження було проведено аналіз цінової політики гіпермаркету в сегменті плитних матеріалів. Дані про ціни на продукцію представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

Вид	Виробник	Найменування	Розміри, мм	Ціна ГКП, грн.
ГКП звичайна	KNAUF	ГКП (GKB)	2000x1200x9,5	40,00
	KNAUF	ГКП (GKB)	2500x1200x9,5	52,50
	KNAUF	ГКП (GKB)	2000x600x12,5	24,50
	KNAUF	ГКП (GKB)	2500x1200x12,5	52,50
	KNAUF	ГКП (GKB)	1500x600x12,5	18,50
	Lafarge	PLATO Format	3000x1200x12,5	63,00
ГКП вологостійка	KNAUF	ГКПВ (GKBi)	2000x1200x12,5	50,38
	KNAUF	Позначення	2500x1200x12,5	67,35
	KNAUF	ГКПВ (GKBi)	2000x600x12,5	29,90
	KNAUF	ГКПВ (GKBi)	1500x600x12,5	24,50
	Lafarge	PLATO Aquastop	2500x1200x9,5	64,20
ГКП вогнестійка	KNAUF	ГКПО (GKFi)	2500x1200x12,5	58,00
ГКП аркова	Lafarge	PLATO Arka	2500x1200x6,5	121,00

Ціна на ГКЛ залежить від товщини виробу (6,5; 9,5 або 12,5 мм), призначення й додаткових характеристик гіпсокартонних плит (звичайні, вологостійкі, вогнестійкі), а також від виробника продукції.

Слід також зауважити, що ГКП належать до сегмента плитних матеріалів для сухого будівництва в двох ринкових сегментах: ринок матеріалів для влаштування міжкімнатних перегородок і ринок матеріалів для оздоблення приміщень. Серед товарів-замінників (ДВП, ДСП, фанера, вагонка, магнезитові чи цементні плити) ГКП виявляє найкраще співвідношення ціна/якість, тобто має найменшу ціну при дуже високих якісних показниках та різноманітних споживних властивостях.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Захарченко П.В, Ленга Г., Гавриш О.М., та ін. Технологія та товарознавство систем сухого будівництва. Підручник для студентів ВНЗ. КНУБА.К: «СПД Павленко», 2011. – 512с.
2. Гавриш О.М., Мороз О.І., Гладка Ю.В. Товарознавчі та маркетингові аспекти динамічного розвитку технологій сухого будівництва // Строительные материалы и изделия.- 2010. - № 5.
3. Гавриш О.М. Системи сухого будівництва Кнауф: від сухої штукатурки – до функціональних гіпсових плит // Будівельні матеріали, виробы та санітарна техніка. Науково – технічний збірник. Випуск 37, 2010. – с. 38 – 42.
4. Довідник по ринку матеріалів для внутрішнього облаштування та оздоблення приміщень (за даними 2010 р.) За заг. ред. к.т.н., проф. П.В. Захарченка. КНУБА. – К.: СПД Павленко, 2011.