

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І
АРХІТЕКТУРИ**

Будівельно-технологічний
(факультет)

Товарознавства та комерційної діяльності в будівництві
(назва кафедри)

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
ДО АТЕСТАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ НА ЗДОБУТТЯ
ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

на тему :

**ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЗБУТУ
КЕРАМОГРАНІТНОЇ ПЛИТКИ ВЕЛИКИХ ФОРМАТІВ НА
ПРИКЛАДІ ПТК ТОВ “АГРОМАТ”**

РИЛЬНИК ВЛАДИСЛАВИ ОЛЕКСАНДРІВНИ
(прізвище, ім'я та по батькові студента повністю)

Київ 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА КЕРАМОГРАНІТНИХ ПЛИТ	
1.1. Товар, як елемент маркетингової та збутової діяльності.	7
1.2. Класифікаційні ознаки керамогранітних плит.	10
1.3. Технологія виготовлення керамогранітних плит.	18
1.4. Вимоги до транспортування плит великого формату.	25
РОЗДІЛ 2. ПРЕДМЕТ, ОБ'ЄКТИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.	
2.1. Об'єкт та предмет дослідження.	30
2.2. Методи дослідження споживних властивостей товару.	33
2.3. Маркетингові методи дослідження.	37
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РИНКУ ПЛИТ ВЕЛИКОГО ФОРМАТУ	
3.1. Аналіз ринку керамічної плитки та керамограніту в Україні та в світі.	45
3.2. Аналіз збуту керамогранітних плит у ПТК Агромат.	49
3.3. Огляд торгових марок керамогранітних плит, представлених на ринку України.	55
РОЗДІЛ 4. ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ВЕЛИКОФОРМАТНИХ ПЛИТ З РІЗНИХ МАТЕРІАЛІВ	
4.1. Формування асортименту плит великого формату	61
4.2. Аналіз асортименту плит великого формату з різних матеріалів	71
4.3. Дослідження споживних властивостей плит великого формату з різних матеріалів.	72
РОЗДІЛ 5. МАРКЕТИНГОВА ЗБУТОВА ПОЛІТИКА ПТК АГРОМАТ НА РИНКУ ПЛИТ ВЕЛИКОГО ФОРМАТУ	
5.1. Організація збутової діяльності ПТК Агромат	75
5.2. Стратегічний аналіз маркетингу та збуту ПТК Агромат	83
5.3. Формування омніканальної стратегії збуту ПТК Агромат	88

РОЗДІЛ 6. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА ТЕХНІКА БЕЗПЕКИ НА ПТК	
АГРОМАТ	96
ВИСНОВОК	103
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	106
ДОДАТКИ	