

allocate the information, value, resource, structure, process, strategic, economic, operational and integrating. On the basis of a comparative analysis of the semantic characteristics of the studied concepts in each methodological approach highlighted three signs of further groups: on targeting «value» orientation to the «production», according to the orientation on the «market».

**Keywords:** business model, enterprise business model components, the methodological approach, the configuration of the business model.

Стаття надійшла до редакції 29.03.2016

УДК 339.138

**Смачило Валентина Володимирівна\***  
**Блажко Володимир Володимирович**  
**Халіна Вероніка Юрївна**

### **СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ СУХИХ БУДІВЕЛЬНИХ СУМІШЕЙ В УКРАЇНІ**

**Анотація.** У даному дослідженні узагальнено види сухих будівельних сумішей (СБС) за різними ознаками та зведено їх у єдину класифікацію, що полегшує подальші розвідки у даному напрямі. Проаналізовано ринок СБС і визначено тенденції і перспективи його подальшого розвитку у взаємозв'язку з трендами у будівельній галузі. Аналіз функціонування комплексу СБС також охоплює визначення провідних операторів ринку у регіональному розрізі з обґрунтуванням локалізації виробничих потужностей і торговельних представництв. У статті проведено дослідження цінової політики за основними асортиментними групами з визначенням цінових стратегій виробників СБС.

**Ключові слова:** ринок сухих будівельних сумішей, стратегія, стратегія ціноутворення.

**Вступ.** Реалії економічного сьогодення мають всі ознаки кризи, що характеризується, перш за все, тотальним скороченням обсягів промислового виробництва. Індикативні властивості галузі будівництва безперечно доводять таку тенденцію, оскільки обсяги будівництва вже четвертий рік поспіль зазнають зменшення, а галузь знаходиться в стані стагнації. Така ситуація безперечно віддзеркалюється на супутніх галузях, залежних від обсягів будівництва, а особливо, враховуючи надзвичайно високу матеріаломісткість будівельної галузі, на виробництві будівельних матеріалів.

\* *Смачило Валентина Володимирівна* – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки Харківського національного університету будівництва та архітектури, [miroslava.valya@ukr.net](mailto:miroslava.valya@ukr.net)

*Блажко Володимир Володимирович* – канд. техн. наук, доцент кафедри механізації будівельних процесів Харківського національного університету будівництва та архітектури, [blagko-2008@ukr.net](mailto:blagko-2008@ukr.net)

*Халіна Вероніка Юрївна* – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки Харківського національного університету будівництва та архітектури, [v.khalina@ukr.net](mailto:v.khalina@ukr.net)

Промисловість будівельних матеріалів включає виробництво цементу, цегли та інших стінових матеріалів, бетону і бетонних конструкцій, сухих сумішей, азбоцементних виробів, плитки керамічної, брусчатки, теплоізоляційних матеріалів, покрівельних матеріалів тощо [1].

Особливу зацікавленість викликає розвиток комплексу виробництва сухих будівельних сумішей. Не дивлячись на те, що поява такого виду будівельних матеріалів в Україні відноситься лише до 1997 р., за такий короткий період підгалузь зазнала значних змін, що говорить про динамічний характер її розвитку: від розміщення на території України закордонних виробництв і торгівлі імпортованими матеріалами до стрімкого розвитку вітчизняного комплексу виробництва СБС, що суттєво змінило їх стратегічні пріоритети.

Такий стан речей і назрівання необхідності переходу до нових способів ведення бізнесу в умовах євроінтеграції України обумовили актуальність і своєчасність даного дослідження.

**Постановка задачі.** Тенденції розвитку промисловості будівельних матеріалів у цілому та виробництва СБС окремо знайшли відображення у дослідженнях як закордонних, так і українських учених, аналітиків та експертів, таких як В.І. Борейко, Й.В. Канак, Ф. Леопольдер, А.Л. Романчук, А. Рудавский, Н. Цепенюк. Використовуючи чисельні напрацювання зазначених дослідників, необхідно здійснити аналіз стану та виявити основні тренди розвитку виробництва будівельних сумішей в Україні, а також запропонувати можливі стратегії ціноутворення, виходячи з існуючих тенденцій. Усе вказане дозволяє сформулювати мету статті: формування стратегій ціноутворення учасників національного ринку СБС на основі його маркетингових досліджень. У якості об'єкту дослідження обрано національний ринок виробників СБС. Предметом дослідження є обґрунтування цінових стратегій агентів національного ринку сухих будівельних сумішей.

**Результати.** Безумовною передумовою формування стратегій будь-якого рівня є аналітичний етап, який допомагає виявити основні тренди розвитку ринку, продукції, рівень цін тощо. Маркетингові дослідження неможливі без знання специфічних особливостей асортиментних позицій, що представлені на ринку, бо їх врахування дозволяє сформувати в подальшому певні конкурентні переваги та виявити нагальні майбутні потреби споживачів. Тому актуально розпочати процес формування стратегій ціноутворення виробників СБС саме дослідженням продукції.

Практично доведено, що СБС є зручними та ефективними матеріалами і мають широкий спектр застосування: вирівнювання стін, стель, підлог; облицювальні, малярні, кладочні, гідроізоляційні, теплоізоляційні, відновлювальні та реставраційні роботи тощо.

До переваг застосування СБС відносять [2]:

- мінімум додаткових технологічних операцій для переведення сухих сумішей у робочий стан (додавання води);
- зниження на 5—7 % відходів розчинів за рахунок застосування пластифікуючих і водоутримуючих добавок;

— стабільність показників сухих сумішей і розчинів на їх основі в результаті точного дозування компонентів та ефективності змішування;

— підвищення продуктивності праці в 1,5–3 рази за рахунок поліпшення пластичних властивостей розчинних сумішей і механізованого виконання робіт;

— зменшення на 10–15 % транспортних витрат і підвищення якості робіт при одночасному зниженні трудомісткості технологічних процесів.

Сухі будівельні суміші мають широкий асортимент і номенклатуру. На думку авторів даного дослідження, сухі будівельні суміші можна упорядкувати за різними ознаками в єдину класифікацію (рис. 1).

Дана класифікація дозволить дослідити потенціал виробництва та ринків збуту різних типів продукції, а також визначити цінову політику та стратегії виробників СБС.

Важливо, під час обґрунтування стратегічних тенденцій, враховувати фактори, що впливають на розвиток ринку взагалі: сезонність, динамічність, регіональність, переваг споживачів тощо. Як зазначалося раніше, виробництво будівельних матеріалів сильно залежне від обсягів будівництва, тому для подальшого дослідження необхідно проаналізувати індекси будівництва у зв'язку з індексами виробництва СБС. На рис. 2 представлено індекси будівельної продукції у регіональному розрізі.

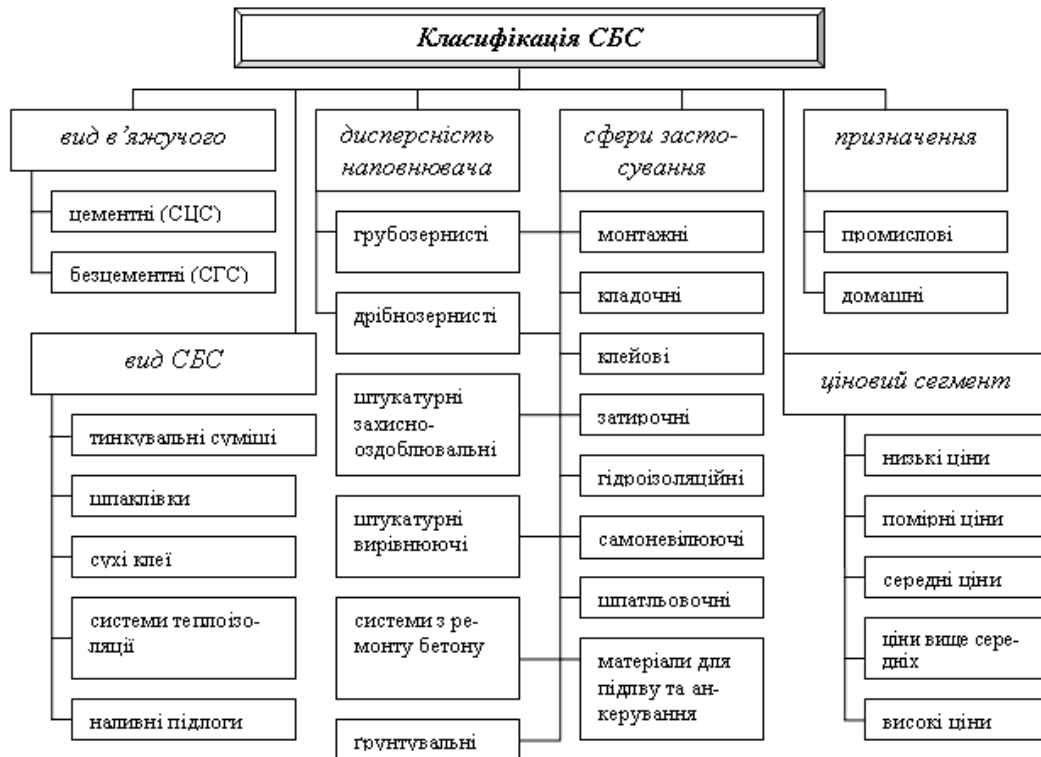


Рис. 1. Класифікація СБС (узагальнено за [3, 4])



Рис. 2. Індеси будівельної продукції за регіонами у 2015 р. (у % до 2014 р.) (джерело: [6])

Проаналізувавши дані, можна дійти висновку про значне скорочення обсягів будівництва у 2015 р. за більшістю регіонів України, окрім Вінницької області (темп приросту обсягів будівельної продукції склав 5 %), Волинської (+ 34 %), Закарпатської (+ 15 %), Івано-Франківської (+ 6 %), Кіровоградської (+ 5 %), Львівської (+ 20 %), Миколаївської (+ 23 %), Харківської (+ 3 %) та Хмельницької (+ 9 %) областей. При цьому найбільше падіння обсягів будівельної продукції відбулося у Чернігівській, Рівненській, Донецькій і Луганській областях.

Тенденції змін обсягів будівництва та виробництва СБС дуже схожі, що наглядно репрезентовано на рис. 3, з якого видно, що тенденції змін обсягів будівництва та обсягів виробництва СБС майже ідентичні, мають хвилеподібний характер, цикли спаду та падіння в однакові ключові періоди, основні з яких: економічна криза 2008—2009 рр., коли обсяги зменшились майже вповнину, та пік будівництва та виробництва СБС у 2012 р., що пояснюється підготовкою до ЄВРО-2012.

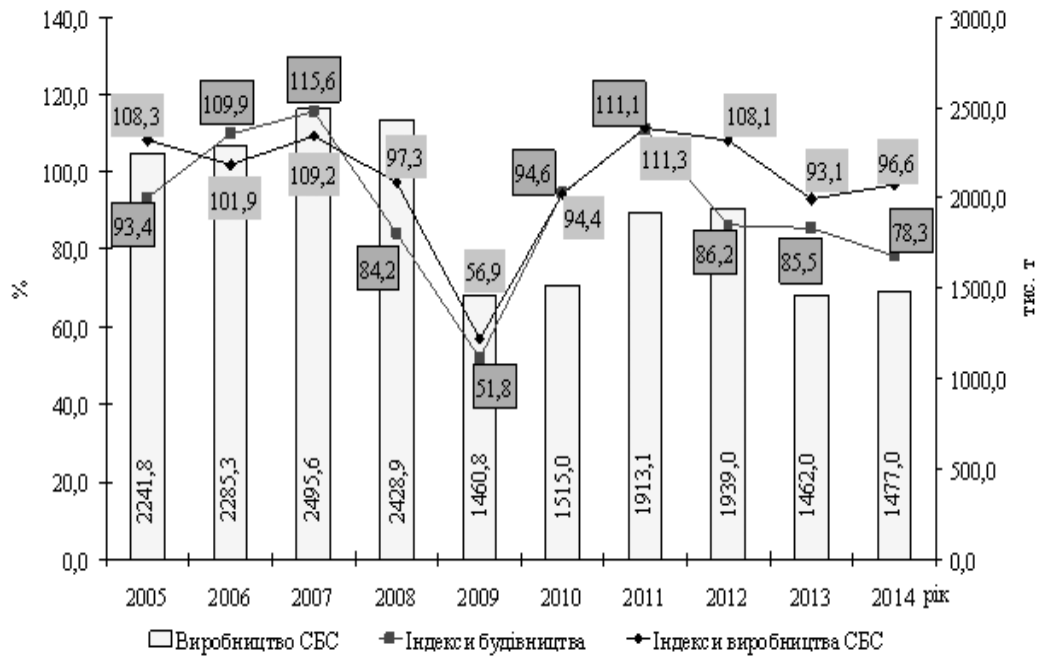


Рис. 3. Динаміка будівництва та виробництва СБС (джерело: [5, 6])

Подальша динаміка демонструє кризові явища, якими охоплені всі сфери національної економіки України. Отже, кризовий період 2008—2009 рр. не дозволив піднятися промисловості з виробництва СБС на докризовий рівень, а в 2013 р. галузь знову, як і вся економіка, зазнала кризового впливу, що викликаний соціально-економічною нестабільністю та воєнними діями. Звичайно ж, таке становище не надає перспектив зростання будівництва та, відповідно, виробництва будівельних матеріалів. Хоча, слід зазначити, що на світовому ринку у 2009 р. вже спостерігався підйом галузі [7], що свідчить про здоровішу економіку, здатну до швидшого «одужання».

Не дивлячись на те, що, на думку експертів [8], практично всі будівельні матеріали виробляються в Україні та переважна більшість з них відповідають як національним, так і європейським стандартам, завжди будуть споживачі, які надаватимуть перевагу імпортним матеріалам.

На рис. 4 представлено структурну динаміку використання вітчизняних матеріалів у будівництві.

Таким чином, аналіз використання вітчизняних будівельних матеріалів під час будівництва об'єктів демонструє підвищення довіри будівельників до українського виробника, тобто, якщо у 2009 р. відсоток використання будматеріалів вітчизняного виробництва складав 50 %, то у наступні роки він поступово підвищувався: у 2010 р. — 55 %, 2011 р. — 60 %, 2012 р. — 70 %, 2013 р. — 80 %, 2014 р. — 85 %.

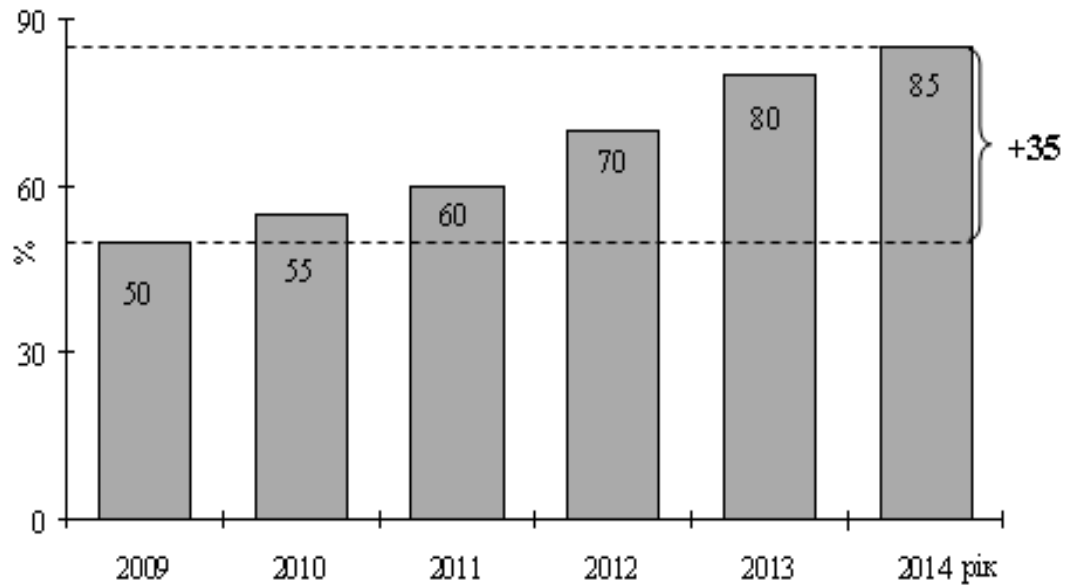


Рис. 4. Динаміка використання вітчизняних будівельних матеріалів у будівництві, %

На ринку СБС можна виділити два субринки: ринок сухих цементних сумішей і ринок сухих гіпсових сумішей. Залежно від типу субринку, виду продукції, імпорту коливався від 2 % до 4 %. Така довіра пов'язана з широким виходом на український ринок не лише імпортерів, а й закордонних виробників, якими, шляхом вкладання значних інвестиційних ресурсів, було створено підприємства з виробництва будівельних матеріалів уже відомих торгових марок.

Зважаючи на активний розвиток ринку, було створено Асоціацію виробників сухих будівельних сумішей. До її складу увійшли провідні компанії «Геліос», «Полірем-Центр», «ТММ», «Фомальгаут», «Хенкель Баутехнік (Україна)», а також Академія будівництва України. За оцінками президента Асоціації виробників сухих будівельних сумішей у цілому за останні 10 років в Україні з'явилося більше 100 фірм, які виробляють сухі суміші. У найближчі кілька років, на його думку, їх кількість може зрости до 300—400, за умови зростання обсягів будівництва та попиту на СБС. Визначена тенденція вимагає виявлення основних «гравців» на ринку виробників СБС, які й будуть визначати на ньому напрямки розвитку. У табл. 1 наведено основних учасників — вітчизняних і закордонних — ринку СБС.

Таблиця 1

## ОСНОВНІ УЧАСНИКИ НА РИНКУ СБС УКРАЇНИ

Найменування компанії	Торгова марка	Регіон	Вид сумішей, що випускаються
1	2	3	4
ПрАТ «Термінал-М» (група «Ковальська»)	ТМ Siltek 	м. Київ	Клейові суміші, суміші для систем теплоізоляції, підлоги та стяжки, кладочні суміші, штукатурні суміші, гідроізоляційні суміші, суміші для механізованого нанесення
ВАТ «Івано-Франківсьцемент»	ТМ «Polimix» 	м. Івано-Франківськ	Клееві суміші, штукатурні суміші
Промислова компанія «Лідер»	ТМ «Лідер» 	м. Дніпропетровськ	Сухі суміші для оздоблювання стін, підлог і стель
ТОВ «Фомальгаут-Полімін»	ТМ «POLIMIN» 	м. Київ, Донецька, Рівненська та Херсонська обл.	Матеріали для підготовки основ, штукатурки, улаштування підлоги, декоративні матеріали, гідроізоляційні матеріали, теплоізоляційні матеріали
ТОВ «Бауміт Україна», ДП Schmid Industrieholding (Австрія)	ТМ «Бауміт» 	м. Київ	Теплоізоляційні матеріали, декоративні покриття, штукатурні матеріали, сухі суміші для улаштування підлог
Фірма «Аргіль»	ТМ «Аргісан» 	м. Київ	Клееві суміші, суміші для систем теплоізоляції, підлоги та стяжки, штукатурні суміші
НВП «Геліос»	ТМ «Ферозіт» 	м. Львів	Клеї, штукатурки, суміші для підлоги, готові до використання композиції
Anser Україна	ТМ «Anserglob» 	Херсонська та Житомирська обл.	Тепло- та гідроізоляційні суміші, суміші для улаштування підлог, штукатурні суміші
ООО «Фабрика будівельних сумішей «БудМайстер»	ТМ «БудМайстер» 	Дніпропетровська обл.	Матеріали для підготовки основ, штукатурки, улаштування підлоги, декоративні матеріали, гідроізоляційні матеріали, теплоізоляційні матеріали
«Хенкель Баутехнік (Україна)»	ТМ «Ceresit», ТМ «Момент», ТМ «Metylan» 	Київська обл.	Матеріали для підготовки основ, улаштування підлоги, декоративні матеріали, гідроізоляційні матеріали, теплоізоляційні матеріали
Харківський завод сухих будівельних сумішей (ТММ)	ТМ «Токан» 	м. Харків	Матеріали для облаштування підлоги, для вирівнювання стін, облицювання, декоративна штукатурка

1	2	3	4
ТОВ «Полірем-Центр»	ТМ «Polirem» 	м. Київ	Матеріали для підготовки основ, улаштування підлоги, декоративні матеріали, гідроізоляційні матеріали, теплоізоляційні матеріали
ПП «Екопал Груп»	ТМ «Будмікс» 	Львівська обл.	Клей для плитки, гідроізоляційні, теплоізоляційні та штукатурні суміші, суміші для влаштування підлог
ТОВ «ПК «Поліпласт»	ТМ «Поліпласт» 	м. Київ	Клейові суміші для керамічної плитки, штукатурки, шпаклювальна і цементна штукатурка
ТОВ ПК «Мегабуд»	ТМ «Майстер» 	м. Житомир	Клеї для керамічної плитки, штукатурні суміші, шпатлювальні суміші, матеріали для облаштування підлоги, термо- і гідроізоляції, суміші для кладки
ТОВ «КНАУФ ГИПС Киев»,	ТМ «Knauf» 	м. Київ	Клеї для керамічної плитки, штукатурні суміші, матеріали для облаштування підлоги
KREISEL UA	ТМ «KREISEL» 	м. Київ	Клеї для керамічної плитки, штукатурні суміші, матеріали для облаштування підлоги, теплоізоляції
ТОВ «Сухі суміші»	ТМ «CORAL» 	м. Запоріжжя	Клеї для керамічної плитки, матеріали для облаштування підлоги, гідроізоляції
ТОВ «Сканмікс-Україна», SCANMIX-UKRAINE	ТМ «SCANMIX» 	м. Полтава	Клеї для керамічної плитки, штукатурка, матеріали для облаштування підлоги
Корпорація «Харківські будматеріали»	ТМ «ХСМ» 	м. Харків	Клей для плитки, гідроізоляційні, теплоізоляційні та штукатурні суміші, суміші для влаштування підлог
ЗАТ «Новопокровський завод ЗБК»	ТМ «Мастерок» 	Харківська обл.	Клеї для керамічної плитки, штукатурка, матеріали для термо- та гідроізоляції
ВАТ «Мамалигівський гіпсовий завод»	ТМ «ABS» 	Чернівецька обл.	Сухі будівельні суміші з гіпсу

*Примітка:* складено на основі матеріалів <http://siltek.ua>, <http://www.lidersh.com.ua>, <http://www.tokan.ua>, <http://megabud.com.ua>, <http://polimin.ua>, <http://www.baumit.ua>, <http://artisan.ua>, <http://ferozit.ua>, <http://anserglob.ua>, <http://www.budmajster.ua>, <http://ceresit.ua>, <http://www.polirem.ua>, <http://www.ifcem.if.ua>, <http://bud-mix.ua>, <http://poli-plast.ua>, <http://teplover.ua>, <http://kreisel.ua>, <https://www.knauf.ua>, <http://scanmix.ua>, <http://smesi.coral.ua>, <http://www.grandx.com.ua>, <http://khsm.com.ua>, <http://mgz.cv.ua>.



Цікавим є розподіл виробничих потужностей і торговельних представництв основних операторів ринку СБС України у регіональному розрізі (рис. 5).



Рис. 5. Регіональний розподіл виробничих потужностей і торговельних представництв основних операторів ринку СБС (авторська розробка)

Так, значні виробничі потужності розміщені у 10 областях: Львівській, Рівненській, Житомирській, Київській, Полтавській, Дніпропетровській, Херсонській, Харківській, Донецькій і Запорізькій.

Канали розподілу продукції різних виробників є в кожному регіоні. Найбільша кількість торговельних представництв у Київській (19 торгових марок), Харківській (16 торгових марок) і Одеській (16 торгових марок) областях, найменша — у Кіровоградській і Херсонській областях (по 9 торгових марок).

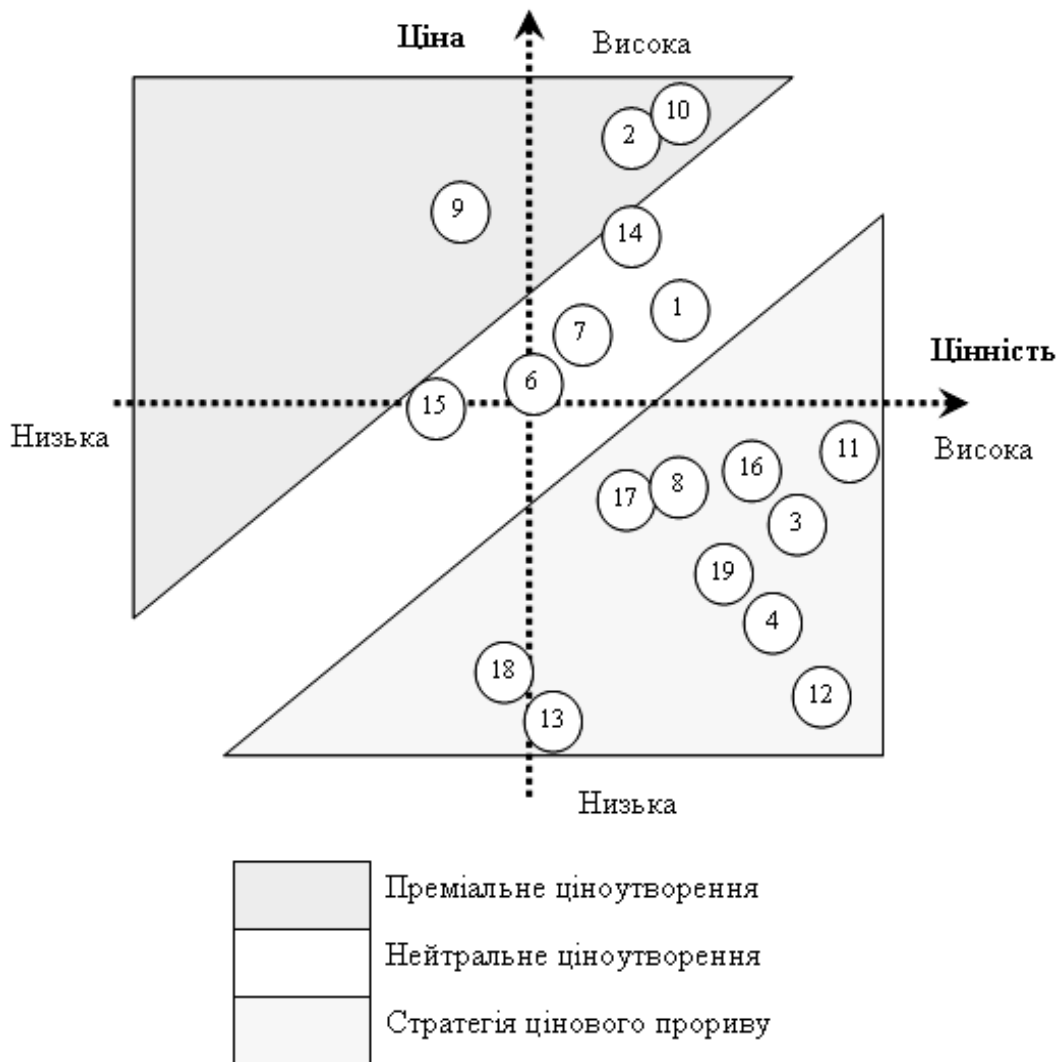
Харківський регіон представлений чотирма виробниками: Харківський завод сухих будівельних сумішей (ТММ), ЗАТ «Новопокровський завод ЗБК», Корпорація «Харківські будматеріали» та виробничими потужностями «Хенкель Баутехнік (Україна)» (рис. 6).



Рис. 6. Основні виробники СБС і торговельні представництва у Харківському регіоні (авторська розробка)

У цьому дослідженні виробників за ціною ознакою було поділено на п'ять груп, відповідно до представленої раніше класифікації: низькі ціни (середня ціна < 80 грн), помірні (середня ціна у діапазоні 80—100 грн), середні (101—120 грн), ціни вище середніх (121—140 грн) і високі ціни (>140 грн). Середні ціни були визначені в розрахунку на 25 кг продукції (стандартна тара) за основними асортиментними позиціями (штукатурки, клеї, гідро- та теплоізоляційні матеріали, наливні самовирівнювані підлоги та стяжки для підлог).

Така класифікація цін дала змогу провести дослідження за двома критеріями: ціна та споживча цінність. Результати опитування представлено на рис. 7.



Умовні позначки: 1-ТМ «Siltek»; 2-ТМ «Лідер»; 3-ТМ «POLIMIN»; 4-ТМ «Бауміт»; 5-ТМ «Артісан»; 6-ТМ «SCANMIX»; 7-ТМ «Ферозіт»; 8-ТМ «Anserglob»; 9-ТМ «БудМайстер»; 10-ТМ «Ceresit»; 11-ТМ «Момент»; 12-ТМ «Токап»; 13-ТМ «Poligem»; 14-ТМ «Будмікс»; 15-ТМ «Поліпласт»; 16-ТМ «Майстер»; 17-ТМ «KREISEL»; 18-ТМ «CORAL»; 19-ТМ «XCM».

Рис. 7. Стратегії ціноутворення основних учасників ринку СБС (авторська розробка)

Таким чином, з результатів дослідження видно, що більшість виробників використовують стратегію цінового прориву, а це означає встановлення такого рівня цін, який сприймається споживачем, як нижчий за відповідний економічній цінності товару. Це дає низку переваг: по-перше, збільшення частки

ринку і, відповідно, обсягів продажів; по-друге, досягти великого масштабу прибутку при незначній частці його в ціні одиниці продукції; по-третє, на фоні зазначених переваг, здобути імідж виробника недорогої, але якісної продукції. При цьому, слід зазначити, що встановлена ціна, орієнтована на стратегію цінового прориву, не має бути низькою у абсолютній величині, вона повинна бути достатньо низькою відносно до відчутної споживачем економічної цінності товару.

Лише три виробника СБС з усіх, які були задіяні у дослідженні, потрапили до сегменту преміального ціноутворення. Дана стратегія характеризується встановленням такого рівня цін, який значно вищий за відчутну економічну цінність товару. Продукція, на яку встановлюють ціни, виходячи з зазначеної стратегії, задовольняє дуже обмежений сегмент ринку, на якому покупців влаштовує таке співвідношення «ціна-якість» товару. В результаті, виробник отримує прибуток за рахунок преміальної надбавки, яка формується через задоволення запитів споживачів цієї категорії у повному обсязі.

**Висновки.** Проведене дослідження дозволяє зробити ряд висновків:

— ринок СБС переживає зараз складний період, пов'язаний з загальними кризовими явищами, а також внутрішніми змінами: перерозподілом ринку, як такого, на користь вітчизняних виробників; вихід на ринок нових учасників; зміна сировинної бази; перегляд цінової політики та інше;

— проведене дослідження за двома критеріями: ціна та споживча цінність, надало змогу визначити, що більшість виробників використовують стратегію цінового прориву — встановлення такого рівня цін, який сприймається споживачем, як нижчий за відповідний економічний цінності товару.

У якості подальших перспектив дослідження планується формування стратегічних орієнтирів підприємств комплексу виробництва сухих будівельних сумішей залежно від якісних вимог щодо будівництва на основі використання еврокодів.

## Література

1. Шевченко В. О. Стан і перспективи розвитку ринку будівельних матеріалів в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу <http://www.economy.nayka.com.ua>.
2. Рудаевский А. Сухие строительные смеси. Состояние и некоторые тенденции развития украинского рынка [Текст] / А. Рудаевский, И. Олейник // Строительные материалы. — 2001. — №3. — С. 17—20.
3. Обзор украинского рынка сухих строительных смесей // Интернет — журнал «Строительство и Реконструкция» [Електронний ресурс]. — 2009. — №9. — Режим доступу: <http://stroy-ua.net>.
4. Строительный портал «Будфонд» Материалы и технологии [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.budfond.com](http://www.budfond.com).
5. Агентство промислових новин [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.apn-ua.com>.
6. Офіційна сторінка Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу до сайту: <http://www.ukrstat.gov.ua>

7. Леопольдер Ф. Глобальная индустрия сухих строительных смесей: международное развитие, тенденции, возможности и риски. / Ф. Леопольдер // Технологии & бизнес на рынке ССС. — 2010. — С. 1—2.

8. Коваль В. Б. Прогноз тенденцій ринку будівельних матеріалів для внутрішнього облаштування в 2012 році / В.Б. Коваль // Збірник доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Сухе будівництво: товарознавчі аспекти розвитку галузі». — К., 2012. — С. 162—165.

### References

1. Shevchenko V. O. «Stan i Perspektivi Rozvitku Rinku Budivel'nih Materialiv v Ukraini.» <http://www.economy.nayka.com.ua>.

2. Rudavskij A., and I. Olejnik. «Hie Stroitel'nye Smesi. Sostojanie I Nekotorye Tendencii Razvitija Ukrainskogo Rynka.» *Stroitel'nye Materialy*, no. 3 (2001): 17-20.

3. Bojko N. «Obzor Ukrainskogo Rynka Suhih Stroitel'nyh Smesej.» *Internet — Zhurnal «Stroitel'stvo Rekonstrukcija»*, no. 9 (2009). <http://stroy-ua.net>.

4. Stroitel'nyj Portal «Budfond» Materialy I Tehnologii. Accessed May 1, 2016. <http://www.budfond.com/>.

5. Agentstvo promislovih novin. Accessed May 1, 2016. <http://www.apn-ua.com/>.

6. Oficijna storinka Derzhavnogo komitetu statistiki Ukraini. Accessed May 1, 2016. <http://www.ukrstat.gov.ua>

7. Leopold'der, F. «Global'naja Industrija Suhih Stroitel'nyh Smesej: Mezhdunarodnoe Razvitie, Tendencii, Vozmozhnosti I Riski.» *Tehnologii & Biznes Na Rynke SSS*, 2010, 1-2.

8. Koval', V. B. «Prognoz Tendencij Rinku Budivel'nih Materialiv Dlja Vnutrishn'ogo Oblashtuvannja v 2012 Roci.» *Zbirnik Dopovidej Mizhnarodnoi Naukovo-praktichnoi Konferencii «Suhe Budivnictvo: Tovaroznavchi Aspekti Rozvitku Galuzi»*, 2012, 162-65.

### СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ СУХИХ СТРОИТЕЛЬНЫХ СМЕСЕЙ В УКРАИНЕ

*Смачило В.В.*, кандидат экономических наук, доцент,

*Блажко В.В.*, кандидат технических наук, доцент,

*Халина В. Ю.*, кандидат экономических наук, доцент,

Харьковский национальный университет строительства и архитектуры

**Аннотация.** В данном исследовании обобщены виды сухих строительных смесей (ССС) по различным признакам и выстроены в единую классификацию, что облегчает дальнейшие исследования в данном направлении. Проанализирован рынок ССС и определены тенденции и перспективы его дальнейшего развития во взаимосвязи с трендами в строительной отрасли. Анализ функционирования комплекса ССС также включает определение ведущих операторов рынка в региональном разрезе

с обоснованием локализации производственных мощностей и торговых представительств. В статье проведено исследование ценовой политики по основным ассортиментным группам с определением ценовых стратегий производителей ССС.

**Ключевые слова:** рынок сухих строительных смесей, стратегия, стратегия ценообразования.

### **STRATEGIC ASPECTS OF PRICING IN THE MARKET DRY MIXES IN UKRAINE**

*V. Smachylo*, PhD, *V. Blazhko*, PhD,  
*V. Khalina*, PhD, Kharkov National  
University of Civil Engineering and  
Architecture

**Abstract.** This study summarizes the types of dry mixes on various grounds and built them into a single classification to facilitate further exploration in this area. Dry mixes market analyzes and identifies trends and prospects for its further development in conjunction with trends in the construction industry. Analysis of complex functioning dry mixes also includes determination of the leading operators in a regional context with the definition of localization of production facilities and sales offices. The article studies the pricing policy for major product lines with the definition of price strategies SBS producers.

**Keywords:** dry mixes market, strategy, pricing strategy.

*Стаття надійшла до редакції 29.03.2016*