

## ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ

Досліджено товарознавчі аспекти вітчизняного ринку керамічної плитки, охарактеризовано його особливості та проблеми розвитку. Встановлено, що розвиток ринку керамічної плитки в Україні значною мірою залежить від темпів житлового будівництва. З'ясовано, що з 2013 р. ринок керамічної плитки в Україні характеризується негативною динамікою обсягів споживання, виробництва, експорту та імпорту. Виявлено, що найбільша частка у вітчизняному виробництві та зовнішній торгівлі припадає на глазуровану керамічну плитку. За останні 10 років у керамічній галузі здійснено модернізацію та запроваджено нові технології формування плитки та нанесення оздоблень. Охарактеризовано закономірності сезонних коливань попиту та виробництва керамічної плитки. Аналіз ринку загалом показав, що плитка керамічна вітчизняного виробництва користувалася більшим попитом, ніж імпортна. У зовнішній торгівлі керамічною плиткою експорт перевищує імпорт, тобто спостерігається позитивне сальдо, що свідчить про зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції порівняно із закордонними аналогами. З'ясовано, що основними постачальниками керамічної плитки в Україну є Польща, Іспанія, Китай, Туреччина та Італія. Українську керамічну плитку в найбільших обсягах експортують до Російської Федерації, Білорусі, Казахстану та Молдови. Аналіз асортименту показав, що на українському ринку представлена керамічна плитка у широкому асортименті, різних типів і декоративного оформлення. Найпоширенішими видами є пресована плитка бікоттура, монокоттура, монопороза та керамограніт природних відтінків та з імітацією мармуру, каменю, деревини, бетону, текстилю тощо.

**Ключові слова:** бікоттура; монокоттура; монопороза; керамограніт; глазурована плитка; споживання; виробництво; експорт; імпорт.

**Вступ.** Сучасну керамічну плитку можна використувати для опорядження будь-яких приміщень – це матеріал, який багато років не втрачає своєї актуальності. Вона не гниє, не горить, стійка до агресивних хімічних середовищ, морозостійка, не вицвітає, не акумулює електрику. Керамічна плитка на українському ринку представлена в широкому асортименті різних видів, забарвлень, розмірів і форм. При цьому значна кількість керамічної плитки на ринку України – вітчизняного виробництва, що свідчить про перспективність цього субринку будівельних товарів.

Проблеми українського ринку, асортименту та якості керамічної плитки дослідили такі українські вчені: В. С. Гвоздь, М. М. Гивлюд, І. Л. Дублянська, І. М. Горбась, Л. В. Дейнеко, Е. І. Шелудько, Д. О. Дригола, І. Педько, В. О. Шевченко, І. С. Шевчук та ін. Проте публікації, що містять аналіз товарознавчих аспектів вітчизняного ринку керамічної плитки, є досить обмеженими за своєю кількістю. Отже, постає потреба здійснення актуальних досліджень сучасного ринку керамічної плитки України.

**Мета дослідження** – аналіз сучасного стану та визначення основних перспектив розвитку вітчизняного ринку керамічної плитки.

В основі дослідження ринку керамічної плитки в Україні лежать статистичні матеріали Держкомстату та державної фіскальної служби.

**Результати дослідження.** Основний тон попиту на ринку керамічної плитки в Україні задає житлове будівництво (рис. 1). Ситуація з уповільненням темпів житлового будівництва і фінансовими потрясіннями в економіці в 2014 р. дещо порушила стабільну динаміку розвитку ринку керамічної плитки. У зв'язку із кризою відбулося зниження попиту й на ремонтні послуги. Все

це, безумовно, вплинуло на стан ринку керамічної плитки. Навіть незважаючи на зростання обсягів житлового будівництва у 2015 р. на 13,4 % порівняно з 2014 р., обсяги виробництва керамічної плитки у 2015 р. зменшилися на 11,1 % (рис. 2).

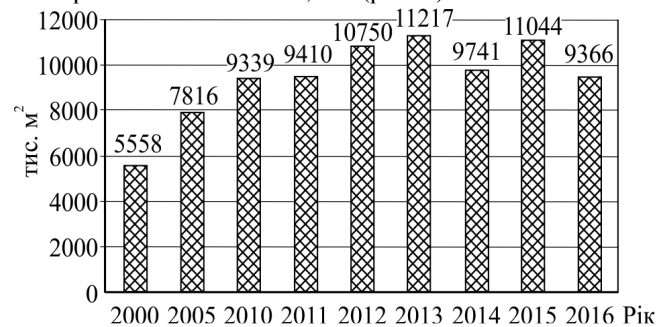


Рис. 1. Обсяги житлового будівництва в Україні у 2000-2016 рр., тис. м<sup>2</sup> (Derzhkomstat Ukrainy, 2017; Zhuk, 2016)

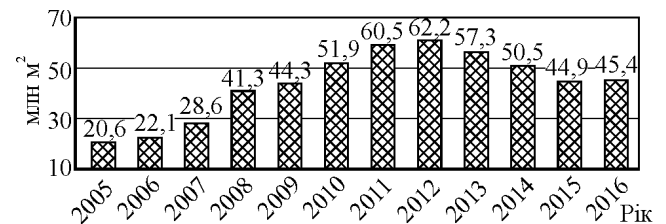


Рис. 2. Виробництво керамічної плитки в Україні у 2005-2016 рр., млн м<sup>2</sup> (Zhuk, 2016)

У 2016 р. було прийнято в експлуатацію 9366 тис. м<sup>2</sup>, що на 15,2 % менше, ніж у 2015 р., але керамічної плитки було виготовлено на 1,1 % більше, ніж у 2015 р., і це дає надію на те, що галузь повільно виходить із кризи.

Ринок керамічної плитки України у 2015 р. становив 32,9 млн м<sup>2</sup> проти 15,2 млн м<sup>2</sup> у 2000 р. Упродовж 2000-

2008 рр. споживання керамічної плитки стабільно зросло в середньому на 19 %. Максимальний обсяг ринку зафіксовано у 2008 р. з показником 60,2 млн м<sup>2</sup> – ріст ринку з 2000 р. становив 297 % або 27,4 млн м<sup>2</sup>. За період 2008-2015 рр. ринок керамічної плитки скоротився на 45,5 % або на 27,4 млн м<sup>2</sup>. З 2013 р. ринок керамічної плитки в Україні характеризується негативною динамікою обсягів споживання. У 2014 р. обсяг ринку плитки керамічної знизився на 23 % порівняно з показниками 2013 р. і становив 40114 тис. м<sup>2</sup>. У 2015 р. ця тенденція продовжилася і ринок керамічної плитки в Україні ще знизився на 18 % порівняно з 2014 р. (Shevetovskij, 2017).

Лідерами виробництва керамічної плитки в Україні є ТОВ "Атем" (Київ), "Харківський плитковий завод", "Cersanit Invest" (Житомирська обл.) та ПрАТ "Інтеркерама" (Дніпропетровська обл.), сукупна частка яких становить більше 90 % від загального обсягу виробленої плитки (табл. 1). При цьому ТОВ "Атем" з'явилося на ринку в 2003 р., ПрАТ "Інтеркерама" – у 2007 р., "Cersanit Invest" – у 2008 р. Саме внаслідок появи нових виробників на ринку, виробництво керамічної плитки в Україні зросло від 12,6 млн м<sup>2</sup> у 2003 р. до 45,4 м<sup>2</sup> у 2016 р. Серед інших великих виробників керамічної плитки варто відзначити ТзОВ "Карпатська кераміка" (Івано-Франківська обл.), ПрАТ "Піастрелла" (Київ).

**Табл. 1. Виробництво керамічної плитки в Україні у 2006-2015 рр., за виробниками, тис. м<sup>2</sup> (Shevetovskij, 2017)**

Виробник	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Харківський плитковий завод	9377	10226	14992	13550	12496	13488	13679	12686	12530	12726
Атем	5525	7686	9947	12412	13693	16593	17748	17667	14009	10164
Cersanit	–	–	1684	6256	10614	11761	11593	10719	9521	9986
Інтеркерама	–	642	2479	3349	4933	7694	8455	8571	9375	8616
Інші	6211	8998	10549	8015	9104	9851	9739	8875	4908	3380
Разом	21113	27552	39651	43583	50841	59387	61251	58517	50343	44872

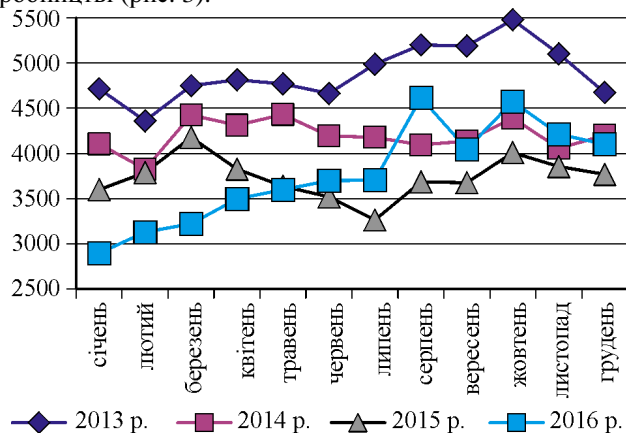
Найбільша частка у вітчизняному виробництві припадає на глазуровану керамічну плитку (табл. 2).

**Табл. 2. Виробництво керамічної плитки в Україні у 2011-2015 рр., за видами, млн м<sup>2</sup> (Petrenko, 2016)**

Вид плитки	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Плитки, кубики і вироби подібні, з площею лицьової поверхні менше 49 см <sup>2</sup> , для мозаїки, керамічні, глазуровані	9,9	10,5	10,4	9,4	8,7
Плитки, плити для брукування або облицювання підлог, печей, камінів чи стін, керамічні, неглазуровані; кубики і вироби подібні для мозаїки, керамічні, неглазуровані, на основі або без неї	9,0	7,9	7,5	4,2	4,9
Плитки подвійні типу "шпальтплаттен", керамічні, глазуровані	15,9	16,7	31,5	28,7	23,8

За останні 10 років керамічна галузь пережила кілька технологічних революційних змін. У 2005 з'явилися силіконові барабани для нанесення малюнків на поверхню плитки. Сьогодні індустрія переходить з барабанів на цифрові машини. У 2007 р. в Україні вперше було випущено керамічну плитку, виготовлену методом "монопороза". Сьогодні відбуваються революційні зміни у способі формування плитки методом тривалого пресування за технологією Continua без застосування традиційних пресів (Shevetovskij, 2017).

Керамічна плитка характеризується сезонним попитом (Pedko, 2014), а отже, сезонними коливаннями у виробництві (рис. 3).



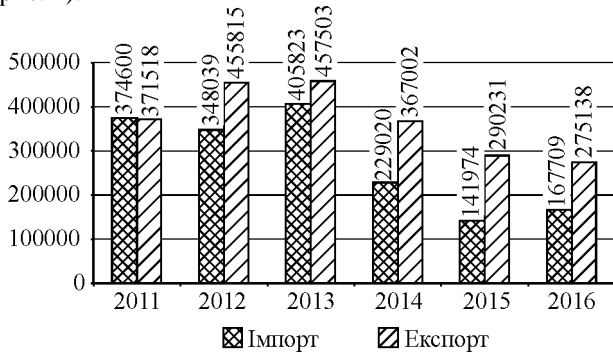
**Рис. 3.** Сезонні коливання виробництва керамічної плитки в Україні, тис. м<sup>2</sup> (статистичні бюлетені Державного комітету статистики України "Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень – грудень 2013, 2014, 2015, 2016 років")

Найбільші обсяги виробництва фіксують у жовтні, коли сумарно підприємства-виробники керамічної плитки виготовляють на 12 % більше продукції, ніж у середньому за рік. "Мертвий" період у виробників керамічної плитки – січень-лютий, адже саме в цей період обсяги виробництва падають на 14 %. Хоча, треба зазначити, що 2015 р. дещо випадає із цієї тенденції – найбільші обсяги виробництва керамічної плитки фіксували у березні, а найменші – у липні. У 2016 р. найменше керамічної плитки виготовили підприємства-виробники у січні, найбільше – у серпні.

Аналізуючи ринок загалом, з'ясовано, що плитка керамічна вітчизняного виробництва користувалася більшим попитом, ніж імпортна. У 2000 р. частка імпорту в споживанні плитки керамічної в Україні становила 55 % (8,4 млн м<sup>2</sup>), тоді як 2015 р. цей показник дорівнював 23 % (7,5 млн м<sup>2</sup>). Таку ситуацію на українському ринку плитки спричинили як підвищення обсягів виробництва та покращення якості та дизайну продукції вітчизняних виробників, так і більший ріст цін на імпортну продукцію порівняно із продукцією українського виробництва, чому сприяло здешевлення української гривні відносно долара США.

У 2016 р., порівняно з 2015 р., обсяги експорту зросли, а імпорту – зменшилися. Імпорт керамічної плитки в Україну в натуральному вираженні у 2016 р. становив 167709 т, це на 18,1 % більше, ніж у 2015 р. Загалом Україна почала експортувати керамічну плитку на зовнішні ринки у 2000 р. З 2001 по 2015 рр. обсяги експорту керамічної плитки зросли у 347 разів – від 53 тис. м<sup>2</sup> до 18386 тис. м<sup>2</sup> (Tiurdo, 2017; Shevetovskij, 2017). Також треба зазначити, що експорт в 1,5-2 рази переви-

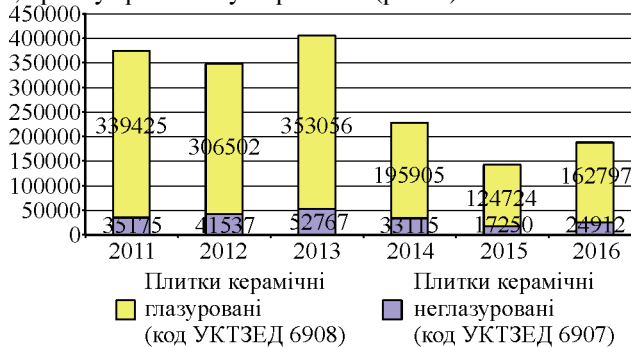
щує імпорт, тобто в зовнішній торгівлі керамічною плиткою спостерігається позитивне сальдо, що свідчить про зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції порівняно із закордонними аналогами (рис. 4).



**Рис. 4.** Зовнішня торгівля керамічною плиткою в Україні у 2011-2016 рр., т (митна статистика Державної фіскальної служби України "Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД")

У 2016 р. в Україну було імпортовано 167709 т керамічної плитки (коди УКТ ЗЕД 6907 та 6908) на суму 69947 тис. дол. США. Разом з тим, у 2016 р. було експортовано з України 275138 т керамічної плитки на суму 67458 тис. дол. США. Отже, середня ціна на імпортовану продукцію становила 0,4 дол./кг, а на експортовану – 0,25 дол./кг. Ціна експорту є значно нижчою за ціну імпорту.

Основна частка в зовнішній торгівлі керамічною плиткою в Україні припадає на глазуровану плитку. Обсяги імпорту глазурованої керамічної плитки значно перевищують обсяги імпорту неглазурованої плитки. Так, у 2016 р. було імпортовано в Україну глазурованої плитки у 6,5 раза більше в натуральному вираженні й у 8,1 раза у грошовому вираженні (рис. 5).



**Рис. 5.** Обсяги імпорту керамічної плитки в Україну у 2011-2016 рр., т (митна статистика Державної фіскальної служби України "Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД")

У 2016 р. в Україну було імпортовано 24912 т керамічної плитки неглазурованої (код УКТ ЗЕД 6907) на суму 7698 тис. дол. США та 162797 т керамічної плитки глазурованої (код УКТ ЗЕД 6908) на суму 62249 тис. дол. США. Середня ціна імпортованої неглазурованої керамічної плитки становила 0,31 дол./кг, глазурованої – 0,38 дол./кг. У загальній структурі імпорту керамічної плитки в Україну в 2016 р. у натуральному вираженні 13,3 % припадало на неглазуровану плитку, 86,7 % – на глазуровану. У грошовому вираженні це співвідношення становило 11: 89 % на користь глазурованої плитки.

За даними матеріалів митної статистики Державної фіскальної служби України "Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн-контрагентів", основними постачальниками неглазурованої керамічної плитки в Україну в 2014-2016 рр. були Польща, Китай, Туреччина та Італія (табл. 3). Основними постачальниками глазурованої керамічної плитки в Україну в 2014-2016 рр. були Польща, Іспанія, Китай та Італія (табл. 4).

**Табл. 3.** Основні країни-імпортери керамічної плитки неглазурованої (код УКТЗЕД 6907) в Україну у 2014-2016 рр.

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Польща	4986	2160	3298	59,5	44,50	42,84
Китай	1376	609	1756	16,42	12,55	22,81
Туреччина	496	*	*	5,92	*	*
Італія	*	727	685	*	14,98	8,90
Інші	1522	1358	1959	18,16	27,98	25,45

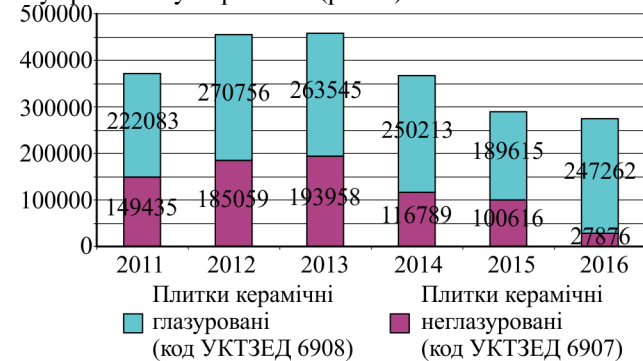
\* – немає даних.

**Табл. 4.** Основні країни-імпортери керамічної плитки глазурованої (код УКТЗЕД 6908) в Україну у 2014-2016 рр.

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Польща	25623	15716	20442	31,12	32,99	32,84
Іспанія	23049	13310	18807	27,99	27,94	30,21
Китай	10475	*	6264	12,72	*	10,06
Італія	*	5175	*	*	10,86	*
Інші	23198	13436	16736	28,17	28,20	26,89

\* – немає даних.

Обсяги експорту глазурованої керамічної плитки у 2016 р. перевищили обсяги експорту неглазурованої плитки у 8,9 раза в натуральному вираженні і в 15,5 раза у грошовому вираженні (рис. 6).



**Рис. 6.** Обсяги експорту керамічної плитки з України у 2011-2016 рр., т (митна статистика Державної фіскальної служби України "Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД")

У 2016 р. з України було експортовано 27876 т керамічної плитки неглазурованої (код УКТ ЗЕД 6907) на суму 4080 тис. дол. США та 247262 т керамічної плитки глазурованої (код УКТ ЗЕД 6908) на суму 63378 тис. дол. США. Середня ціна експортованої неглазурованої керамічної плитки становила 0,15 дол./кг, глазурованої – 0,26 дол./кг. У загальній структурі експорту керамічної плитки з України у 2016 р. в натуральному вираженні 10,1 % припадало на неглазуровану плитку, 89,9 % – на глазуровану, а в грошовому вираженні 6 % припадало на неглазуровану керамічну плитку і 94 % – на глазуровану.

За даними матеріалів митної статистики Державної фіскальної служби України "Зовнішня торгівля України



із зазначенням основних країн-контрагентів", українську неглазуровану керамічну плитку в найбільших обсягах у 2014-2016 рр. експортували до Російської Федерації, Білорусі та Молдови (табл. 5). Українську глазуровану керамічну плитку в найбільших обсягах у 2014-2016 рр. експортували до Російської Федерації, Казахстану, Молдови та Білорусі (табл. 6).

**Табл. 5. Основні країни-експортери керамічної плитки неглазурованої (код УКТЗЕД 6907) в Україну у 2014-2016 рр.**

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Російська Федерація	15237	8600	814	59,4	58,17	19,95
Білорусь	3986	2080	829	15,54	14,07	20,32
Молдова	1647	1199	841	6,42	8,11	20,61
Інші	4782	2904	1596	18,64	19,64	39,12

**Табл. 6. Основні країни-експортери керамічної плитки глазурованої (код УКТЗЕД 6908) в Україну у 2014-2016 рр.**

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Російська Федерація	79261	39688	38091	69,08	62,00	60,10
Казахстан	11401	7342	*	9,94	11,47	*
Молдова	9795	6893	6978	8,54	10,77	11,01
Білорусь	*	*	2935	*	*	4,63
Інші	14285	10092	15374	12,45	15,77	24,26

\* – немає даних.

Аналізуючи дані табл. 5 та 6, видно, що найбільшою країною-покупцем керамічної плитки українського походження є Російська Федерація. Її частка в загальному обсязі експорту неглазурованої плитки становила 19,95 % у 2016 р., глазурованої – 60,1 %. Але цей показник нижчий від попереднього року, оскільки обсяги експорту неглазурованої плитки в Росію, за підсумками 2015 р., знизилися більш ніж у 10 разів у грошовому вираженні, а глазурованої – на 4 %.

На українському ринку представлена керамічна плитка різних типів і дизайну. Найпоширенішими видами є пресована плитка бікоттура, монокоттура, монопороза та керамограніт (грес) (Lutsiv, 2016; Lutsiv & Danchevskiy, 2016).

Бікоттура – глазурована керамічна плитка, призначена для облицювання стін усередині приміщень. Тіло плитки, т. зв. "бісквіт", отримують шляхом пресування зволоженої маси з червоної глини під тиском у спеціальних формах з наступним випалюванням за температури до 1040 °С. Весь цикл виробництва цього типу плитки відбувається за два етапи: на першому обпалюється тільки основа плитки, на другому етапі на основу наноситься глазур і відбувається вторинне випалювання за температури 700-900 °С.

Монокоттура – глазурована керамічна плитка, призначена як для облицювання стін, так і для укладання плитки на підлогу. Весь цикл виготовлення монокоттури відбувається за один процес випалювання. Основні відмінності монокоттури від бікоттури: велика твердість (щільність) матеріалу внаслідок використання більш потужного преса і більшої температури випалювання, наявність серій з низьким водопоглинанням (<3 %), морозостійкими якостями, більш товста і міцна основа плитки, більш тверда, зносостійка полива.

Монопороза – окремий вид керамічної плитки одинарного випалювання, що виробляється за технологією пресування і наступного одинарного одночасного випалювання тіла плитки і нанесеної глазури. Така плитка є високопористою і характеризується великим показником водопоглинання – до 15 %. Міцність такої плитки менша, ніж у монокоттури, тому товщина основи становить 12 мм. Технологія виробництва монопорози дає змогу виготовляти плити великих форматів практично ідеальних розмірів, які, після додаткового механічного оброблення граней (ректифікації), можна укласти з мінімальними швами. Оскільки для виробництва використовують білу суміш, це дає змогу наносити тонкий шар світлої емалі. Тому найпоширенішими є забарвлення, що імітують мармур. Монопороза менш щільна, ніж монокоттура, і застосовувати її можна тільки для внутрішнього оброблення приміщень.

Керамічний граніт – це керамічна плитка одинарного випалювання, що виготовляється зі світлих сортів глини. Суміш, з якої виготовляють плитку, складається із глин кількох сортів, кварцового піску, польового шпату і фарбувальних пігментів (оксидів металів). Суміш пресується, підсушується, а потім випалюється за дуже високих температур. При цьому вихідний матеріал спікається й утворює моноліт. Тому керамограніт характеризується високими технічними характеристиками: низький показник водопоглинання (до 0,05 %), підвищена стійкість до стирання, до хімічних впливів, міцність при ударах, стійкість до перепаду температур, чіткість малюнка і кольору, забарвлення виробів не змінюється під впливом зовнішніх факторів (Zhuk, 2016; Tiurdo, 2017).

Застосування нових технологій виробництва та збільшення розміру керамічної плитки зумовили розширення сфер її застосування. Так, якщо у 2008 р. в Україні переважно випускали керамічну плитку розміром 200×300-250×400 мм, призначену для використання всередині приватних приміщень, то в 2016 р. основними розмірами керамічної плитки були 300×600-600×600 мм, що зумовило її широке застосування у приватних та комерційних приміщеннях та зовні приміщень. У перспективі – виробництво керамічної плитки розміром 1200×600-3600×1200 мм і розширення сфер її застосування всередині приміщень шляхом заміни інших оздоблювальних матеріалів та інтенсивне використання зовні приміщень.

Застосування технології "Керамограніт" дало змогу виготовляти плитку високої міцності та морозостійкості, завдяки чому керамограніт широко використовують для опорядження комерційних приміщень та зовні. Цифрове нанесення зображення "Digital" з фотографічною якістю зображення високої чіткості на керамічній плитці дає можливість повної імітації будь-яких оздоблювальних матеріалів: мармуру, дерева, каменю тощо. Завдяки використанню технології "Continua" виготовляють керамічну плитку надвеликих розмірів, товщиною 20 мм і більше, що дає широкі можливості для архітектурного та нестандартного застосування керамічної плитки (Tiurdo, 2017).

У дизайні сучасної керамічної плитки простежується кілька тенденцій:

- перевагу віддають природним кольорам і природним відтінкам, які знімають стрес і спричиняють позитивні емоції (білим, бежевим, сірватим і зеленуватим);
- популярними сьогодні є керамічна плитка "під мармур", з імітацією деревини, бетону, каменю тощо, з мотивами середземноморського орнаменту та різними варіаціями на морську тему;
- формати плитки збільшуються та стають більш рельєфними за фактурою.

**Висновки.** Отже, ринок керамічної плитки в Україні є досить перспективним. Ринок керамічної плитки, як і інших будівельних товарів, значною мірою залежить від обсягів житлового будівництва у країні. Упродовж останніх 7 років ринок керамічної плитки в Україні характеризується негативною динамікою обсягів споживання. За період 2008-2015 рр. він скоротився на 45,5 % або на 27,4 млн м<sup>2</sup>. Разом з тим, керамічна плитка вітчизняного виробництва користується більшим попитом, ніж імпортна, а продукція українських виробників є конкурентоспроможною. Лідерами виробництва керамічної плитки в Україні є ТОВ "Атем", "Харківський плитковий завод", "Cersanit Invest" та ПрАТ "Інтеркерама", на яких припадає більше 90 % від загального обсягу виробленої плитки. Значний обсяг вітчизняної керамічної плитки експортують до Російської Федерації, Білорусі, Казахстану та Молдови. Основними постачальниками керамічної плитки в Україну є Польща, Іспанія, Китай, Туреччина та Італія.

На українському ринку представлена керамічна плитка в широкому асортименті, різних типів і декоративного оформлення. Найпоширенішими видами є пресована плитка бікоттура, монокоттура, монопороза та керамограніт (грес) природних відтінків та з імітацією мармуру, каменю, деревини, бетону, текстилю тощо.

Сьогодні важко знайти галузь, яка б не переживала важкі часи, зумовлені складною ситуацією у країні.

Проте експерти упевнено прогнозують благополучне майбутнє ринку будівельних матеріалів, який розвиватиметься найближчими роками, незважаючи на кризу, а отже, ця ситуація позначиться і на ринку керамічної плитки.

### Перелік використаних джерел

- Derzhkomstat Ukrainy. (2017). Pryiniattia v ekspluatatsiiu zhytla, ob'ektiv sotsialnoi sfery ta vyrobnychkh potuzhnosti za 2016 rik. *Statystychnyi biuleten Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy*. Kyiv, 115 p. [in Ukrainian].
- Lutsiv, N. V. (2016). Vplyv tekhnolohii vyhotovlennia na formuvannia asortymentu keramichnoi plytky. *Innovatsii v upravlinni asortymentom, yakistiu ta bezpekoiu tovariv i posluh: mater. IV Mizhnar. nauk.-prakt. konf., 24 lystopada 2016 roku, m. Lviv* (pp. 105-108). Lviv: Vyd-vo "Rastr-7". [in Ukrainian].
- Lutsiv, N. V., & Danchevskiy, D. Ya. (2016). Tovaroznavche eksperte doslidzhennia keramichnoi plytky. *Aktualni problemy teorii i praktyky ekspertyzy tovariv: mater. III Mizhnar. nauk.-prakt. internet-konferentsii, 16-18 bereznia 2016 r., m. Poltava* (pp. 350-353). Poltava: PUET. [in Ukrainian].
- Pedko, I. (2014). Prohnozuvannia vyrobnytstva budivelnykh materialiv v Ukraini. *Ekonomist, 11*, 45-48. [in Ukrainian].
- Petrenko, I. S. (Ed.) (2016). *Promyslovist Ukrainy v 2011-2015 rokakh. Statystychnyi zbirnyk*. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 382 p. [in Ukrainian].
- Shevetovskij, V. V. (2017). Keramicheskaja plita, proizvodstvo, jeksport, import, syryeve vozmozhnosti Ukrainy. *Prezentatsiya. BudiVELNA keramika 2016: mater. konferentsii*. Retrieved from: [http://www.ceramic.com.ua/conf\\_svb/](http://www.ceramic.com.ua/conf_svb/). – 17.03.2017. [in Russian].
- Tiurdo, I. (2017). Analiz rynku ta perspektyvy rozvytku keramichnoi plytky v Ukraini. *Prezentatsiya. BudiVELNA keramika 2016: mater. konferentsii*. Retrieved from: [http://www.ceramic.com.ua/conf\\_svb/](http://www.ceramic.com.ua/conf_svb/). – 17.03.2017. [in Ukrainian].
- Zhuk, I. M. (Ed.) (2016). *Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2015 rik*. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 575 p. [in Ukrainian].

**Н. В. Луцив, М. С. Тус**

## ТОВАРОВЕДЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

Исследованы товароведческие аспекты отечественного рынка керамической плитки, охарактеризованы его особенности и проблемы развития. Установлено, что развитие рынка керамической плитки в Украине в значительной степени зависит от темпов жилищного строительства. Анализ рынка показал, что с 2013 г. рынок керамической плитки в Украине характеризуется отрицательной динамикой объемов потребления, производства, экспорта и импорта. Выявлено, что наибольшее долевое участие в отечественном производстве и внешней торговле составляет глазурованная керамическая плитка. За последние 10 лет в керамической отрасли осуществлена модернизация и внедрены новые технологии формирования плитки и нанесения отделок. Охарактеризованы закономерности сезонных колебаний спроса и производства керамической плитки. Анализ рынка в целом показал, что плитка керамическая отечественного производства пользовалась большим спросом, чем импортная. Во внешней торговле керамической плиткой экспорт превышает импорт, то есть наблюдается положительное сальдо, что свидетельствует о росте конкурентоспособности отечественной продукции по сравнению с зарубежными аналогами. Установлено, что основными поставщиками керамической плитки в Украине является Польша, Испания, Китай, Турция и Италия. Украинская керамическая плитка в наибольших объемах экспортируется в Российскую Федерацию, Беларусь, Казахстан и Молдову. Анализ ассортимента показал, что на украинском рынке представлена керамическая плитка в широком ассортименте, разных типов и декоративного оформления. Наиболее распространенными видами являются пресованная плитка бикоттура, монокоттура, монопороза и керамогранит природных оттенков и с имитацией мрамора, камня, древесины, бетона, текстиля и т.п.

**Ключевые слова:** бикоттура; монокоттура; монопороза; керамогранит; глазурованная плитка; потребление; производство; экспорт; импорт.

**N. V. Lutsiv, M. S. Tys**

## SOME COMMODITY ASPECTS OF THE DOMESTIC CERAMIC TILE MARKET RESEARCH

Considering the properties of tiles as building material and a large number of potential consumers, ceramic tile market in Ukraine is promising. The research aim is to make an analysis of modern state and determine the main prospects of domestic ceramic tile market development. The authors have investigated the commodity aspects of the domestic ceramic tile market, described the main peculiarities

and problems of development, considered the dynamics of production, consumption, export, import of this construction products group and range features. In the basis of Ukrainian ceramic tile market research there is State Statistics Committee and State Fiscal Service statistical data. The dependence of ceramic tile market on the pace of housing construction is shown. However in 2016 9366 thousand square meters were taken into operation, which is 15.2 % less than in 2015, but ceramic tiles were made 1.1 % more than in 2015 and this gives hope that the industry is slowly recovering from the crisis. From 2013 Ukrainian ceramic tile market has been characterized by negative dynamics of consumption, production, export, and import. The largest producers of ceramic tiles in Ukraine are LLC "Atem" (Kyiv), "Kharkiv Tile Plant", "Cersanit Invest" (Zhytomyr region) and JSC "Interkerama" (Dnipropetrovsk region), which make more than 90 % of the total amount of Ukrainian tiles. Today in Ukraine domestic ceramic tiles have greater demand than import ceramic tiles. A significant number of Ukrainian ceramic tiles are exported abroad, moreover export volumes exceeds import volumes. This situation on Ukrainian tile market is caused by an increase of production volumes, domestic producers quality and product design improvement and greater increase of prices for imported products in comparison with Ukrainian production products, which contributed to the cheapening of the Ukrainian hryvnia against the US dollar. Ceramic tile import in Ukraine is carried out in the largest quantities from Poland, Spain, China, Turkey and Italy. Today it is hard to find a branch without difficulties caused by hard situation in the country. But experts confidently predict prosperous future for building materials market, which would be growing in the upcoming years despite the crisis. Thus, we should conclude that this situation will affect the ceramic tile market by the results of 2017.

**Keywords:** ceramic tiles, bicottura, monocottura, monoporosa, ceramic granite, glazed tiles, market, production, export, import.

#### **Інформація про авторів:**

**Луців Наталія Василівна**, канд. техн. наук, доцент, Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів, Україна.

**Email:** nata.lutsiv@ukr.net

**Тис Марія Стефанівна**, асистент, Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів, Україна.

**Email:** mar.tis@yandex.ua