

**ПОИСКОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ  
РЫНОЧНЫХ НИШ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ  
НА ОСНОВЕ ПОЛИМЕРНЫХ ОТХОДОВ  
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В соответствии с заданием по теме ХД 20-522 «Исследование технических характеристик материалов из некондиционных смешанных полимерных отходов, возможность организации производства продукции на их основе и рынка сбыта готовой продукции» в 2020 г. кафедрой ЭТиМ было проведено маркетинговое исследование по поиску потенциальных рыночных ниш для производства продукции на основе полимерных отходов в Республике Беларусь. Исследование включало два этапа, проводимых параллельно:

1) анализ рынка продукции из смешанных полимерных отходов на основе вторичной рыночной информации для определения:

а) потенциальных сфер (отраслей) применения продукции на основе смешанных полимерных отходов;

б) перечня товаров, которые потенциально можно производить из смешанных полимерных отходов;

2) выявление и уточнение рыночных ниш для производства продукции на основе смешанных полимерных отходов методами сбора первичной информации для конкретизации перечня потенциальных потребителей и товаров для них.

Для проведения первого этапа применены методы сравнительного анализа информации из открытых официальных источников: отечественные и зарубежные обзоры рынка полимерной продукции, сайты организаций и предприятий РБ, информационные базы, включающие перечни товаров, закупаемых организациями РБ, в том числе у субъектов малого и среднего бизнеса, государственные программы развития отраслей и др. Также использована информация, предварительно собранная кафедрой механики и конструирования ХТиТ. В результате составлен перечень перспективных сфер/ отраслей/ организаций РБ для проведения второго этапа, также каталог и списки перспективной продукции из полимерных отходов для организаций-потребителей Республики Беларусь.

Для проведения второго этапа применены методы первичного сбора информации: личные глубинные интервью, анкетирование с использованием открытых и смешанных вопросов, телефонные интер-

вью, мозговые атаки с участием внешних специалистов. Для этого этапа составлены анкеты для проведения личных и телефонных интервью. Они рассылались заблаговременно, перед назначением личных встреч. Личные встречи организовывались с привлечением специалистов из разных отделов и с разным уровнем ответственности, а также представителей двух кафедр БГТУ (механики и конструирования, экономической теории и маркетинга) – в соответствии с методическими принципами мозговой атаки. Средняя продолжительность телефонных интервью составляла 20-40 минут, личных встреч – 40-60 минут.

В результате к потенциальным сферам применения продукции на основе смешанных полимерных отходов в РБ были отнесены следующие:

1) Предприятия ЖКХ (Минск, Минский район, областные города). Ключевой интерес – обустройство площадок, бордюры, отливы и т.д.;

2) Садово-паровое хозяйство (Минск, возможен выход через контакты преподавателей БГТУ). Ключевой интерес - разнообразные товары из полимеров и бетона (например, горшки, кашпо, разделители грядок в теплицах, бортики и т.д.);

3) Строительные организации Минстрой архитектуры (ТНПА). Ключевой интерес - изделия из стали и полимеров (например, контейнеры, носилки, корпуса тележек, опалубка (Минск, испытательные центры по проектированию и материально-техническому снабжению);

4) Промышленные предприятия. Возможные товары: ящики для технических нужд, поддоны различной модификации и размеров (примеры Осиповичский завод автоагрегатов, МАЗ, Санта-Бремор);

5) Дорожное строительство. Ключевые товары – различные ограждения, столбики, лежащие полицейские, борты для склонов, делиниаторы, изделия из ржавеющей жести, плитки, бордюры, другие элементы обустройства;

6) Другие, менее вероятные сферы применения – БЖД (товары-детали из пластмасс для изоляции проводов, контейнер (патрон) для пневматической почты; мебельная промышленность; строительные магазины (возможный товар - пластиковые поддоны), министерство обороны, МЧС, мелиорация (замена бетонных плит на пластиковые).

На втором этапе с представителями указанных сфер были глубинные интервью, позволившие определить конкретизированный перечень организаций и видов продукции из вторичных полимеров, в которой они нуждаются, с уточнением потенциальных цен и объемов закупки.