

**АКТУАЛЬНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В
ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Хайдарова Камола Ахинжановна

Ташкентский химико-технологический институт

E-mail: xaydarova.kamola1983@gmail.com

Аннотация: в данной статье обращается внимание на детали, необходимые для успешного проведения маркетинговых исследований в сфере химической продукции, призывая к осмотрительности и изучению каждого аспекта внимательно в силу их важности для избегания ошибок.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, химическая промышленность, маркетинговая стратегия, ценообразование.

Маркетинговое исследование – это систематический поиск, сбор, обработка, анализ и представление данных и сведений, относящихся к конкретной рыночной ситуации, в целях совершенствования качества процедур принятия решений, изучения текущих проблем на товарном рынке и контроля в маркетинговой среде [1].

В отличие от исследования рынка маркетинговые исследования включают: исследования потребителей, конкурентов, сбыта, товаров, товародвижения, цен, внутренней среды предприятия. Поэтому для проведения маркетинговых исследований требуется значительно больше информации и времени, чем для простого исследования рынка. Наличие полной и объективной маркетинговой информации во многом определяет успех компании на рынке [2].

Маркетинговые исследовательские проекты должны иметь организационный, продуманный характер с чётко запланированными последовательными стадиями и методически обоснованными и документированными процедурами. Их проведение тщательно планируется, каждое действие предварительно продумывается [3].

Химическая промышленность считается одной из ключевых сфер экономики ввиду того, что их продукция широко используется в различных областях человеческой деятельности. Мы ежедневно сталкиваемся с продукцией этого отрасли: одежда, автомобильные шины, упаковочные материалы, строительные компоненты, а также многие другие продукты производятся с применением химических веществ.

Химическая промышленность тесно связана с различными отраслями современного общества. В медицине она играет важную роль в производстве лекарств, вакцин, антибиотиков и других медицинских препаратов. Благодаря использованию химических соединений создаются инновационные методы диагностики и лечения заболеваний.

В сельском хозяйстве химическая промышленность предоставляет удобрения и пестициды, увеличивая урожайность и обеспечивая защиту культур от вредителей. Также с ее помощью разрабатываются генетически модифицированные культуры, способствующие повышению производительности сельского хозяйства..

Тем не менее, наряду с этим следует уделить должное внимание влиянию химической промышленности на окружающую среду и здоровье человека по причине того, что неконтролируемое применение химических продуктов может негативно отразиться на окружающей среде и здоровье людей. Сама развитость химической промышленности государства тесно связана с развитием страны в целом. С этой связи нынешнее время наблюдается повышенный интерес к развитию химических производств, а следовательно, к исследованиям рынка в данной сфере, проведение которых, как и любых других маркетинговых исследований, имеет свои важные особенности.

В большинстве случаев в химической промышленности исследуемый продукт подвергается унификации и не нуждается в торговой марке. Вместо этого завод-изготовитель, который выпускает продукцию в течение многих лет и обеспечивает ее соответствие установленным стандартам, становится

гарантом качества продукции. Указанные характеристики продукции удовлетворяют потребности различных потребителей в данной отрасли.

Нет такой области реального сектора экономики, где бы не использовалась продукция химической промышленности, но вся она является лишь сырьем. При этом один и тот же продукт может использоваться, например, и в деревообрабатывающей, и в стекольной промышленности, и в металлургии, и во многих других отраслях.

Маркетинговое исследование в химической промышленности Республики Узбекистан представляет собой важный анализ, который охватывает различные аспекты данной отрасли. Исследование включает анализ текущего спроса на химическую продукцию, основные игроки рынка, тенденции потребления, конкурентную среду, рыночные возможности для новых продуктов, анализ законодательной базы и правительственных инициатив, а также прогнозирование развития отрасли в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Изложенные особенности указывают на комплексный и многогранный подход к проведению исследований на рынках продуктов химической отрасли. Необходимость изучения и прогнозирования спроса в различных сферах применения одного и того же продукта с учетом его модификаций и свойств является ключевым аспектом для понимания множества потенциальных сегментов рынка и разработки соответствующих маркетинговых стратегий.

Также важно отметить, что проведение глубоких исследований в данной отрасли невозможно без комплексного знания применяемых процессов производства, технологий и методов получения химических веществ более высокого уровня. Понимание этих аспектов играет фундаментальную роль при выявлении рыночных потребностей, разработке новых продуктов и их продвижении на рынке.

Описанные особенности маркетинговых исследований в области химии подчеркивают сложность и разнообразие факторов, которые необходимо учитывать при анализе данного рынка.

Изложенная потребность в изучении сырьевых аспектов и возможностей использования продуктов-субститутов указывает на важность альтернативных источников и сырья, и потенциальных вариантов обеспечения промышленных потребностей в продуктах данной отрасли.

Специфика поставок сырья, монополистичность поставщиков и производителей химической продукции оказывает значительное влияние на маркетинговые стратегии, включая аспекты ценообразования.

Кроме того, выявление отношений и связей между потребителями и поставщиками сырья акцентирует внимание на важности партнерских отношений в данной сфере.

Изучение транспортной инфраструктуры и логистических возможностей становится ключевым элементом маркетинговых исследований, учитывая важность эффективной логистики и распределения химической продукции.

Наконец, отмечается важность исключения ошибок, особенно связанных с технологией или свойствами химических веществ, что подчеркивает сложность и значимость детальной экспертизы при проведении марке.

Список использованных литературы

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – Москва : Вильямс, 2014. – 1072 с. – ISBN 978-5-8459-2072-0.
2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие / И. К. Беляевский. – Москва : ИНФРА-М, 2019.
3. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б. Е. Токарев. – Москва : Магистр, ИНФРА-М, 2014. – 512 с. – ISBN 978-5-9776-0175-7.
4. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. – Москва : Форум, ИНФРА-М, 2016. – 336с. – ISBN 978-5-91134-811-3