

### 4.6 | Változóban a műanyag háztartási cikkek kínálata

*Tárgyszavak: háztartási cikkek vására; termelési érték; várható igénynövekedés; konyhai eszközök; fogkefe; bevásárlókocsi.*

Ez év januárjában rendezték meg Chicagóban a Háztartási Cikkek 105. nemzetközi vásárát. A 40 ország 1774 kiállítója közel 57 E látogatót vonzott. Nagy számban képviseltették magukat a műanyagcikkeket értékesítő kiskereskedők és nagybani vásárlók. A kiállításra rányomta bélyegét az egyik legnagyobb kereskedelmi lánc bankcsődje, amelyik elsősorban az igényesebb műanyagtermékeket értékesítette. A Kmart cég pénzügyi nehézsége egy korábban megindult folyamat betetőzése volt, ugyanis 2001-ben összesen hat kereskedelmi cég vonult ki a piacról különböző likviditási és konszolidációs gondok miatt.

A műanyag háztartási cikket gyártó cégek termelési értéke világviszonylatban 250 Mrd USD, az USA-ban 70 Mrd USD. A műanyag háztartási cikket gyártó vállalatok szakmai szövetsége a kedvezőtlen helyzet ellenére 2001-ben 3,7%-os növekedést könyvelhetett el, ami az 1995-1999 közötti 6%-os évi növekedéshez viszonyítva szerénynek mondható. A negyedik negyedévben erősen visszaesett az igényesebb szabadidős cikkek értékesítése, amire a kereskedők raktárkészletük csökkentésével reagáltak. A gyártók számára a vásár egyik fontos tanulsága az volt, hogy az olcsóbb cikkek előállítását kell növelni a kipróbált és jól bevált technológiák segítségével, olcsó alapanyagot használva. Egyes vélemények szerint a 20 USD alatti termékek piaca változatlanul stabil. Nőtt az érdeklődés a különböző szabadidős és szabadtéri tartós, de viszonylag olcsó áruk iránt. Az alapanyagok között továbbra is a PP, a PS és a kis és nagy sűrűségű PE vezet. A műanyag háztartási cikket gyártó cégek egy része elérkezettnek látja az időt a nem műanyagból készült termékutánpótlás gyártására, amelyek bár a drágább árkategóriába tartoznak, de olcsóbbak az eredeti cikkekénél.

Ígéretesnek tűnik a polikarbonátból (PC) készített konyhai cikkek, pl. tányérok, poharak és csészék piaca. A vásárlók tekintélyes része igényli a tettszetős, igényes megjelenésű és tartós használati tárgyakat. A PC eszközök törhetetlenek, ezért hosszabb élettartamúak, mint az üveg vagy porcelán használati tárgyak. Különösen népszerűek kempingezésnél és más szabad

ban végzett szabadidős tevékenységnél. A sztírol/akrilonitril kopolimerből (SAN) készült serleg alakú hűtőtermosz kettős köpenye sóoldatot tartalmaz, amelyben az italok kényelmesen hűthetők.

A megváltozott vásárlói szokásokhoz a formatervezett, különleges formákkal és színhatásokkal lehet alkalmazkodni. Nagy szerepe van a kisebb piaci területek felkutatásának. Az utóbbi évek egyik sikertörténete az Oral B fogkefe volt. A különös gonddal megtervezett fogkefe nem csak a fogmosás képzetét kelti a vásárlóban, hanem magával a szájápolással azonos. A műanyag háztartási eszközök gyártói számára egyetlen felemelkedési és kiugrási lehetőség az innováció.

A DuPont cég újdonsága a kizárólag üvegszál-erősítésű poliamidból készült bevásárlókocsi. A fejlesztésben a DuPont, a Carte 2000 és Plasto cég által létrehozott konzorcium vett részt. A 60 liter űrtartalmú kocsi jelenleg a legnagyobb üvegszál-erősítésű fröccsöntött formadarab. Az alapanyagot a DuPont szállítja, a fröccsöntést a Plasto cég végzi.

A bevásárlókocsi első kipróbálására a nagy-britanniai Marks&Spencer kereskedelmi láncban került sor. A kísérlet során a formával kapcsolatos tapasztalatokon kívül az értékesítésre vonatkozó ismereteiket is bővíteni kívánják. A kedvező visszajelzések alapján már több kereskedelmi láncsal vették fel a kapcsolatot. A műanyag bevásárlókocsikat az ügyfeleknek lízingbe adnák. Első lépésben a felvevőpiacot kívánják felmérni, majd egy bizonyos nagyság felett az értékesítéssel egy harmadik felet akarnak megbízni, és a későbbiekben a DuPont csak a granulátumot, a kocsi alapanyagát kívánja előállítani és szállítani.

Az üvegszál-erősítésű poliamid legnagyobb felhasználója az autóipar, de a gazdaságosság javításához újabb piacok felderítése szükséges. A bevásárlókocsi jól halmazolható; az automata pénztárgépek működését nem zavarja, ha a kocsi elhelyezett árut kell leolvasni. További előnye, hogy reklámcélokra is alkalmas: nagy a felülete, a színe tetszés szerint változtatható. Terveik szerint nemcsak a kereskedelmi láncokat keresik meg, hanem más területen is próbálkoznak az értékesítéssel. A műanyag bevásárlókocsit a bérleti idő után visszaveszik.

**(Haidekker Borbála)**

Haughey, J.: Processors adjust to changing consumer tastes. = Modern Plastics International, 32. k. 3. sz. 2002. p. 48–49.

DuPont plans direct push for all-nylon shopping cart. = Modern Plastics International, 32. k. 3. sz. 2002. p. 50.