

торых полностью соответствует мнению потребителей (Streamline, International House, LinguaLand); не опасные, рекламные аргументы которых не соответствуют действительности (Step by step, Sol Minsk, Stellar). Также для школы International House был выявлен незадействованный рекламный аргумент «удачное местоположение», что высоко оценивается клиентами, но не задействовано как конкурентное преимущество.

Таким образом, опытным путем было подтверждено, что поиск информации в Интернете только путем просмотра отдельных сайтов носит выборочный и случайный характер и является непродуктивным. Следовательно, необходимо использовать такие методики и системы, как контент-анализ, для чего существуют специализированные программы поиска и обработки данных. Кроме того, следует проводить контент-анализ как конкурентов, так и самой компании, изучая мнения потребителей, и помнить о том, что основу успешного исследования составляет верно сформулированный поисковый запрос.

***А.В. Валушко***  
*БГЭУ (Минск)*

## **ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕЦИКЛИНГА В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭФФЕКТИВНЫЕ СИСТЕМЫ УПАКОВКИ»)**

В условиях постоянного роста цен на сырье и необходимости импорта этого сырья для Республики Беларусь в целом и для конкретных предприятий в частности конкурентным преимуществом, которое может определить роль предприятия на рынке, становится применение технологии рециклинга.

Рециклинг (в простом понимании) — это повторное использование или возвращение в оборот отходов производства или мусора, рациональное использование и максимальное эффективное потребление того, чем мы ограничены. Основными преимуществами применения рециклинга для предприятия являются:

- снижение себестоимости продукции благодаря использованию вторсырья;
- снижение экологической нагрузки, а следовательно и затрат на природоохранные мероприятия и отчисления;
- диверсификация поставок сырья;
- завоевание предприятием имиджа технологического лидера (переработка и использование вторсырья требуют наличия самых современных технологий).

Несмотря на перспективность и преимущества использования технологии рециклинга, следует назвать и ряд проблем, связанных с ее внедрением. К ним относятся:

- ухудшение качества продукции в сравнении с аналогами из полностью первичного сырья;
- крупные первоначальные затраты в технологии, способные нивелировать первый фактор;
- необходимость выстраивания системы сбора вторсырья;
- наличие скептицизма у потребителей по отношению к продукции из вторсырья.

Для изучения перспектив внедрения технологии рециклинга выбрана отрасль ПЭТ-упаковки, в качестве объекта исследования рассматривается ООО «Эффективные системы упаковки». ПЭТ-отрасль активно развивается в Республике Беларусь, практически все производимые в республике вода и напитки, а также пиво на 80 % упаковываются в ПЭТ-тару.

На рынке присутствуют как местные производители ПЭТ-преформ (заготовок для переработки путем выдува в ПЭТ-бутылки), так и конкуренты из стран ближнего зарубежья (Российская Федерация, Украина, Литва), обладающие конкурентными преимуществами, обусловленными эффектом масштаба.

Доля ПЭТ-сырья в себестоимости продукции составляет 82 % (по данным ООО «Эффективные системы упаковки»). Рынок характеризуется также дефицитностью сырья для производства ПЭТ-преформ — ПЭТф. В Беларуси функционирует единственный поставщик сырья — ОАО «Могилевхимволокно» (максимальная производительность 5500 т/мес. при внутренней потребности в 4500 т/мес.), который работает и на внешние рынки, так как в СНГ и Европе наблюдается дефицит данного сырья. Монопольное положение предприятия позволяет ему устанавливать собственные цены, осуществлять срыв поставок. Риск остановки или поставки некачественной продукции ОАО «Могилевхимволокно» крайне велик. С другой стороны, импорт ПЭТф ограничен, так как дефицитным это сырье является и для России, импортирующей азиатский ПЭТф. Существенным преимуществом перед конкурентами в такой ситуации может стать применение предприятием технологии рециклинга. ООО «Эффективные системы упаковки» технология позволит снизить зависимость от поставок первичного сырья; снизить себестоимость продукции; выйти на дефицитный рынок сырья (продажа переработанного вторсырья конкурентам); обеспечить себя качественным сырьем (возможность контроля качества переработки в отличии от необходимости брать любой ПЭТф у поставщиков). ООО «Эффективные системы упаковки» способно реализовать данную стратегию по двум причинам: 1) компания является лидером отрасли, имеет финансовые и кадровые резервы; 2) на производстве установлено

самое современное оборудование, способное перерабатывать вторичный ПЭТф.

Сама технология рециклинга ПЭТф позволяет использовать до 75 % вторичного ПЭТф при производстве ПЭТ-преформ, что позволит снизить себестоимость продукции на 33 %, тем самым увеличить ее рентабельность с текущих 9 до 55 %. Рентабельность продаж вторичного ПЭТф может составить 112 %. Необходимые инвестиции для запуска производства составят 10 млн евро. Срок внедрения — 2 года (от проектирования до первого запуска). Мощность производства — 3000 т/мес. (текущее потребление ООО «Эффективные системы упаковки» 1200 т/мес.). Стоимость переработки 1 т составит 350 евро. В качестве фактора внешней среды, подтверждающего перспективность внедрения рециклинга на предприятии, следует назвать готовящийся проект закона об обязательном сборе отходов через Белвторресурсы.

Таким образом, рециклинг становится важным инструментом обеспечения потенциальной конкурентоспособности конкретного предприятия и экономики страны в целом.

*М.А. Дворецкая*  
БГЭУ (Минск)

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВОЗВРАТНОЙ ЛОГИСТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Возвратная (реверсивная) логистика предназначена для перемещения продукта из точки потребления в точку производства с целью восстановления его ценности или обеспечения правильной утилизации продукта, в том числе повторного использования и повторной переработки.

Возврат продукции может быть обусловлен неудовлетворенностью потребителей свойствами товара; возникновением проблем при установке и использовании; необходимостью осуществления гарантийного ремонта; окончанием жизненного цикла продукта; продажей товаров через Интернет. Сложность заключается в том, что большинство цепей поставок изначально проектировались для перемещения продукции в прямом направлении. В результате возникает ряд проблем: возвраты прибывают быстрее, чем происходит переработка или другие виды утилизации возвращаемой продукции; на складе хранятся значительные объемы возвращенной продукции; имеют место неучтенные или неразрешенные возвраты.

При разработке новых продуктов и проектировании цепи продаж компании должны продумывать комплекс превентивных мер, которые позволят в будущем сократить объем возвратных потоков. Однако, учитывая, что наличие возвратов неизбежно, целесообразно изменить