

5. Сильное увеличение цены золота. Цена на золото тогда вернулась на уровень 2011 года.

Стоит отметить, чтобы запустить процесс спада перегретого мирового экономического рынка, должно было произойти какое-то глобальное негативное событие, иными словами, должен был сработать детонатор. Первым таким детонатором явилось распространение по миру эпидемии коронавируса. А вторым – упавшая цена на нефть, которая обрушилась после того, как 6 марта сорвалась сделка стран ОПЕК+. Ограничение добычи нефти предлагалось по причине снижения спроса на топливно-энергетические ресурсы в связи с закрытием границ между странами и приостановлением работы многих предприятий. Т. е. эти два события явились лишь детонаторами кризиса, но не его причинами.

Сделка стран ОПЕК уже изначально была бессмысленной, так как сократить добычу нефти можно, а вот остановить коронавирус пока нельзя. Благодаря коронавирусу цена на нефть и все остальные индексы всё равно будут снижаться, несмотря на сделки ОПЕК или любые другие.

Список использованных источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by>. – Дата доступа: 01.04.2020.

2. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.nbrb.by> – Дата доступа: 28.03.2020.

УДК 332.142.4

Марченко А. В.

Научный руководитель: к. э. н., доцент Медведева Г. Б.

ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕЦИКЛИНГА ПРОМЫШЛЕННЫХ ОТХОДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Целью данной работы является изучение проблематики утилизации вторичных отходов в промышленности, роль логистики возвратных потоков в решении данной проблемы

Процесс промышленной переработки отходов с целью получения исходного сырья называется **рециклингом** [1]. С его внедрением происходит повторное или неоднократное возвращение ресурсов в круговорот **«производство – потребление – производство»**. Благодаря такому способу утилизации, отходы становятся пригодными для вторичного использования. Экономическое и экологическое значение рециклинга осознается всем прогрессивным человечеством, именно поэтому за последнее десятилетие доля сырья, полученная путем переработки отходов, от общего количества увеличилась до 30-50% в зависимости от отрасли.

Итог процедуры рециклинга: изготавливается новое сырье, отходы расщепляются на полезные компоненты, уничтожаются ненужные типы мусора.

Рециклинг – важное условие разумного повторного использования природных ресурсов.

Для каждого типа предусмотрен определенный порядок действий.

Цель переработки – сократить количество мусора, обезвредить его и получить новые компоненты. Выделяют 4 класса – автоматический, инсинерация, химический, пиролиз.

Автоматическое рециклирование заключается в раздроблении мусора. Работают с ним на специальном оборудовании для переработки отходов. Применяется во многих сферах производства. Возник метод давно, но имеет недостаток – низкая цена конечного продукта.

Инсинерация – сжигание утильсырья в печи для добычи тепловой энергии. Перед проведением процедуры отходы очищают от лишних компонентов.

Решает задачи:

- сокращает объем мусора, освобождая территорию на полигонах ТБО;
- выделяет энергию;
- утилизирует опасное сырье.

Из недостатков – попадание токсинов и газов в воздух.

Химическое рециклирование подходит для строительных отходов – стекла, бетона, бумаги. Их сортируют по категориям. Однотипные материалы обрабатывают химическими веществами. Перерабатывают на месте скопления мусора. Полученные продукты используют для возведения объектов.

Пиролиз – процесс разложения отходов посредством нагревания, но без доступа кислорода.

Безопасный метод, поскольку при проведении процедуры в воздух попадает малое количество токсинов.

Переработанный материал используется в строительных работах, сельском хозяйстве. Промышленный мусор перерабатывают с целью снижения отрицательного воздействия на природу.

Предприятия должны самостоятельно организовывать удаление всех отходов, возникающих в ходе их деятельности:

- сбор отходов на производственной территории;
- транспортировку на утилизацию;
- заказ услуг по утилизации у специализированных предприятий.

Твердые коммунальные отходы домохозяйств, организаций и предприятий в Республике Беларусь [2]:

- в 2018 году объем образования твердых коммунальных отходов составил около 22 млн м³;

- объем возрос за последние 7 лет на 21%;
- причины: фактическое увеличение объема отходов и улучшение системы учета данных.

Динамика объема отходов:

- получение вторичных материальных ресурсов на установках по сортировке и переработке, в 2018 г. было отобрано около 99 тыс. т вторичных материальных ресурсов;

- объем возрос за последние 7 лет примерно вдвое, причиной является государственная программы сбора (заготовки) и переработки вторичного сырья и введение принципа расширенной ответственности производителя.

В связи с ростом объема отходов производства предприятия Беларуси стремятся к максимально рациональному использованию отходов собственного производства и переходу на безотходный тип функционирования (рисунок 1).



Рисунок 1 – Динамика объема отходов производства в Бресте и Брестской области 2010-2018 гг., млн т [2]

В технологическом процессе Гродненской табачной фабрики «Неман» заложено, что все отходы, ввиду их специфичности, не принимаются от других предприятий. Например, собственная пыль отправляется на экспорт, чтобы получить восстановленный табак. Все некондиционные табачные изделия также используются для вторичного производства – табак подсыпается в аналогичный тип сигарет.

На ОАО «Борисовский завод полимерной тары «Полимиз» полиэтилен вторичный гранулированный изготавливается путем сбора технологических отходов, образующихся при производстве основной продукции. Сырье предназначено для изготовления товаров технического назначения и товаров народного потребления, кроме имеющих прямой контакт с пищевыми продуктами, медицинскими препаратами, и игрушек.

Стекло, как и металл, подвергается многоразовой переработке. На ОАО «Стеклозавод «Неман» стеклобой используется для производства стекла и хрусталя.

«Савушкин продукт» полностью перерабатывает «побочные продукты производства» (сырную и творожную сыворотку и пахту), превращая их в конкурентный и востребованный на рынке товар.

Переработкой отходов повышенной загрязненности занимается ОАО «Борисовский завод пластмассовых изделий». Производство проектной мощностью 6,5 тыс. тонн отходов в год предназначено для переработки пленочных отходов ПЭВД, ПЭНД, мешков, а также кусковых вторичных полимерных отходов повышенной загрязненности. Конечный продукт переработки – регранулят – максимально используется в собственном производстве пластмассовых изделий.

На заводе горного воска, расположенного в Пуховичском районе Минской области, производство парафина является полностью безотходным. В качестве сырья используются продукты нефтепереработки (гачи). Из них специалисты «вытягивают» парафин, а побочный продукт – масляный отек – используют как компонент выпускаемой продукции.

Крупные компании двигаются в единственно верном направлении, которое поможет сохранить экологическое равновесие и приблизиться к решению проблемы увеличения отходов – берут ответственность за произведенные отходы на себя.

Таким образом, внедрение рециклинга в национальное хозяйство будет положительно влиять как на экономические, так и экологические показатели. А построение системы переработки отходов на основе логистических принципов с использованием современных технологических достижений позволит нашей стране приблизиться к европейским стандартам ведения бизнеса.

Список цитированных источников

1. Мельников, В. П. Логистика / В. П. Мельников, А. Г. Схирладзе, А. К. Антонюк. – М.: Юрайт, 2014. – 288 с.
2. Анализ состояния современной логистики: Г. В. Савицкая. – Минск: Новое знание, 2019. – 704 с.

УДК 316.774

Марчук Я. В., Жедик Д. В.

Научные руководители: ст. преподаватель Бережная Г. Г., к. э. н., доцент Проровский А. Г.

ПРОДВИЖЕНИЕ ФУТБОЛЬНЫХ БРЕНДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

За последние десять лет футбол в Республике Беларусь кардинально изменился. Сегодня футбол – это не просто игра с мячом на зеленом поле, а это и бизнес, и шоу, в котором собственно игра по-прежнему самый важный, но не единственный компонент продвижения бренда футбольного клуба.

Продвижение бренда на рынке – это комплекс мероприятий, которые направлены на узнаваемость бренда, поиск целевой аудитории и раскрутку торговой марки, которая в выгодном свете покажет значимость бренда и преимущества перед конкурентами [1].

В данной статье рассматривается, как продвижение футбольного бренда повышает уровень конкурентоспособности и узнаваемости футбольного бренда на рынке, а также создания положительного имиджа.

Касаемо продвижения, на современный профессиональный футбол распространяются все законы брендинга, разработанные для товаров массового потребления. Есть продукт – футбольное зрелище. Есть целевая аудитория, архитектура бренда, действия по изменению восприятия целевой аудитории. И перед маркетологами стоит задача продвижения футбольного бренда, посредством которого возможно реализовывать идеи, привлекательные для потребителя, в нашем случае – болельщика.

Как продвинуть футбольный бренд? Рассмотрим инструменты продвижения футбольного бренда в странах Европы:

1. Активная реклама о предстоящих футбольных матчах и о самом клубе (баннеры/объявления в интернете/реклама на ТВ/радио и прочее).

2. Наличие магазинов фирменной одежды и атрибутики (болельщикам – одежда любимого клуба, самому клубу – прибыль).

3. Работа с болельщиками (проведение конкурсов перед играми на стадионе, наличие фудкорта, зоны активностей).

4. Организация продаж билетов и карт болельщика (программа лояльности). Например, почему большинство болельщиков покупают сезонные абонементы, а не билеты на каждую игру? Ответ прост: абонемент на сезон будет дешевле для самого болельщика. И к этому болельщики получают приятные бонусы, такие как скидки в клубы фирменной одежды и скидки у партнеров клуба (рисунок 1).