

## ТАРОУПАКОВОЧНА ІНДУСТРІЯ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ

Линник Ю.М.

Структуруюча аксіома менеджменту якості (Total Quality Management) визначає : якість -- сукупність характеристик об'єкту (продукту, організації взагалі і т. ін.), які визначають його здатність задовольняти встановлені та очікувані потреби суспільства. Висування на передній план питань задоволення всіх потреб замовника та доставки йому продукції тільки високої якості об'єктивно веде до істотного перегляду значення упаковки. Вже в середині ХХ століття почалося формування самостійної галузі машинобудування, яка виробляє спеціальне устаткування для упаковки товарів.

Перш за все упаковка повинна захистити людей (і інші об'єкти) від забруднення або шкідливої дії товару. Але треба звернути увагу, щоб стрімкий розвиток масштабів та форм упаковки не перетворився на нерациональне використання ресурсів та забруднення довкілля.

Все більш активно висуваються на передній план нові функції та додаткові вимоги: упаковочні матеріали мають бути придатними для переробки та повторного використання. Найближчим часом ця вимога може вийти на перший план і стати обов'язковою для виконання.

Пріоритет треба надавати тим видам упаковки, які можуть бути використані повторно після вилучення з них продукту. Наприклад, тара з-під желе може служити дома як стакан для соку, металева тара послужить для зберігання, борошна, кофе, чаю та ін. Такий творчий підхід до використання упаковки може завдати стимулюючий вплив на збут та одночасно скоротити витрати матеріальних ресурсів.

Повернення упаковки після використання на промислове підприємство і наповнення її тим же самим продуктом дає можливість економити матеріали, але пов'язане з витратами на доставку та очищення перед наповненням. Типовий приклад – склянки для напоїв, які збираються та наповнюються знову.



Використання найбезпечніших контейнерів для шкідливих хлорованих розчинників, які не дозволяють відбуватися випаровуванню, регенерація та повторне використання більше сотні раз таких розчинників; використання матеріалу "белланд", який має практично всі типові якості пластмаси, але дуже легко утилізується з підвищенням ефективності використання матеріалу приблизно у 4-10 разів; повторне використання пляшок, банок і великих посудин.

Країни ЄС в останні роки почали уважніше ставитися до утилізації побутової упаковки. Так у Фінляндії сортування упаковочних відходів давно стала нормою. Зараз утилізується біля 80 % відходів. Тут діє перший в світі завод, який переробляє картонні пакети з-під молока та фруктових соків, а потім випускає папір та картон, а також алюмінієвий порошок, і використовує тепло, що відходить для виробництва енергії.

Щорічно американці використовують біля 14 мільярдів поліетиленових пакетів (приблизно 425 мішків на людину). Ці пакети розкладаються за 10-20 років а коштують копійки або видаються в магазинах безкоштовно. Існує два шляхи боротьби з цією проблемою: зробити їх дорожчими або взагалі заборонити. Першими на захист довкілля від поліетиленових пакетів стали ірландці. Там 15% податок на пакети скоротив їх використання на 95%. З тих пір подібні заходи провели в Бангладеш та Тайвані, а Австралія, Шотландія та Китай теж заявили про готовність почати податкову боротьбу. Наприклад, Kangaroo Island (острів на півдні Австралії) з січня 2004 року став першим островом вільним від поліетиленових пакетів — plastic bag-free.

Фірмами Canadean, Landell Mills, Market Research SIG Combiblok проведено дослідження кон'юнктури та подальшого росту ринку упаковки негазованих безалкогольних напоїв, а також молока та молочних продуктів. В період з 2002 по 2006 роки для негазованих безалкогольних напоїв прогнозується світовий зріст 4,8%, а для молока та молочних продуктів — 3,4%. В обох досліджуваних сегментах картонна упаковка займає перше місце.

Професіонали з області упаковки повинні враховувати сучасні світові тенденції тароупаковочної індустрії напрямлені на збереження довкілля. Упаковку треба розглядати не просто як зовнішню оболонку товару а як об'єкт інноваційної діяльності, що може принести додатковий прибуток та конкурентні переваги.