

**Наконечна Т. В.**  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу і логістики  
Національного університету «Львівська політехніка»  
**Мастеляк Л. В.**  
студентка  
Національного університету «Львівська політехніка»

**Nakonechna T. V.**  
*Ph. D., Associate Professor of the Department of Marketing and Logistics  
National University «Lviv Polytechnic»*  
**Mastelyak L. V.**  
*Student of the Department of Marketing and Logistics  
National University «Lviv Polytechnic»*

## ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТА ЛОГІСТИЧНИХ МЕТОДІВ У СФЕРУ ПОВОДЖЕННЯ З ПОБУТОВИМИ ВІДХОДАМИ

### IMPLEMENTATION OF MARKETING AND LOGISTICS METHODS IN THE SPHERE OF HOUSEHOLD WASTE MANAGEMENT

**Анотація.** У статті розглянуто маркетингові та логістичні заходи у сфері поводження з побутовими відходами та зазначено необхідність переорієнтації національної економіки на біоекономіку на державному та регіональному рівнях. Виділено основні суб'єкти (ініціативні групи) у сфері боротьби з відходами та показано основні маркетингові та логістичні заходи щодо екологічного розвитку. Зазначено необхідність розроблення національної екологічної стратегії та перехід до біоекономіки через застосування масштабного та комплексного підходів.

**Ключові слова:** маркетингові та логістичні заходи, побутові відходи, біоекономіка, система, екологія, утилізація.

**Постановка проблеми.** Серед головних загроз людству є проблема екологічної безпеки, яка зростає і набуває потужності із розвитком науково-технічного прогресу, тому світова практика виробництва, логістики, маркетингу спрямована на зменшення, утилізацію чи рециклінг відходів. Важливу роль відіграє переорієнтація національних економік на біоекономіку, яка несе за собою стратегічні та тактичні дії на державному та регіональному рівнях. Також до цього процесу необхідно залучати ініціативні групи, які допоможуть досягнути ефекту в боротьбі з відходами на місцевому рівні. Українська економіка не є екологічно орієнтованою, але місцеві ініціативні групи все більше піднімають це питання та намагаються вирішити проблему, яка завдає шкоди їхньому життю та здоров'ю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останні світові тенденції, новини та інновації спрямовані на збереження природної системи та відновлення вже втрачених її елементів, що зумовлене життєдіяльністю багатьох поколінь людства. Чим більше відбувається природних руйнувань, тим більше науковців і практиків сідають за «круглий» стіл. Україна також разом зі світовими тенденціями впроваджує на своїх теренах таку практику: утворюється все більше підприємств, органів, служб, громадських організацій у сфері захисту екології, все більше проводяться конференції, зустрічі та інші публічні розмови на тему збереження природної системи. До вітчизняних науковців, які здійснюють окремі методологічні розробки у сфері екологічного маркетингу, належать: Б.М. Данилишин [1], М.І. Долішній [2], І.М. Вахович [3], А.М. Вічевич [4], І.І. Дідович [4], О.В. Садченко [5], С.К. Харічков [5], О.О. Веклич [6], О.В. Шубравська [7].

Хоча всі науковці стверджують про необхідність оптимізації процесів утилізації відходів, маркетинговий та логістичний підходи у цій сфері використовуються вкрай

рідко, тому виникає необхідність обґрунтувати економічну доцільність їх використання, а також показати значущість переходу економіки держави на біоекономіку.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Орієнтація на зміну екологічної свідомості громадян є одним зі стратегічних рішень в біоекономіці. Завдяки використанню інструментів маркетингу та їх застосуванню в екологічній сфері можна вирішити не тільки можливі загрози, але й сприяти утворенню нових бізнес-стратегій, моделей та напрямів діяльності. Оскільки екологічна загроза торкнулася території України, її необхідно виносити на перший план та застосувати негайні дії та заходи у сфері боротьби із відходами.

**Мета статті** полягає у конкретизації завдань щодо переорієнтації загальної економіки та регіонів, щоб долучати ініціативні групи, відповідним чином їх стимулювати для одержання конкретного економічного та соціального ефекту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Згідно з останніми дослідженнями у боротьбі з відходами, громадяни України порівняно з європейцями й американцями займають пасивну позицію. Щоб сортування і переробка відходів в Україні дала свої результати, необхідно, щоб були задіяні у цьому громадяни, органи державної і місцевої влади, бізнес. Більшість заходів і підтримка у цьому напрямі повинні йти від держави загалом, тому на рис. 1 представлено, як повинна змінюватися економіка, регіони та які вимоги повинна задовольняти.

Вирішення цих проблем потребує активного державного втручання в ініціювання еколого-інноваційних перетворень. Зокрема, необхідно сформулювати механізм стимулювання природокористування на інноваційній основі, що сприятиме створенню нових екологічно чистих технологій. Одним із напрямів стимулювання інноваційно орі-



Рис. 1. Перетворення на рівні економіки і регіону у сфері боротьби з побутовими відходами

Джерело: розроблено автором

Таблиця 1

Основні суб'єкти фізичного накопичення та перетворення побутових відходів

№ п/п	Суб'єкти	Характеристика
1.	Утворювачі відходів	До них належать усі мешканці території України незалежно від національності, статусу чи виду діяльності. Тобто, це фізичні та юридичні особи.
2.	Пункти збору	Всі «точки» та відповідно облаштовані місця збору відходів за видами матеріалу, кольору, ваги, властивостей і т. д.
3.	Підприємства із рециклінгу (переробки)	Установи, які повторно використовують певний вид відходів або переробляють чи правильно утилізують.
4.	Споживачі вторинної продукції	Це фізичні, юридичні особи, які у своїх технологіях чи інших цілях можуть і використовують продукцію із вторинної сировини.

Таблиця 2

Заходи стимулювання суб'єктів у сфері екологічного розвитку

№ п/п	Суб'єкти	Характеристика заходів стимулювання
1.	Утворювачі відходів	<ol style="list-style-type: none"> <li>Проведення дослідження щодо наявності умов для здійснення сортування, причинно-наслідкових зв'язків під час сортування відходів на місцях.</li> <li>Проведення роз'яснювальних, інформативних і навчальних робіт із мешканцями, організація окремих днів навчання (наприклад, мобільний додаток Let's do it, Ukraine, розробленням якого займається компанія GoIT, має дві функції: зареєструватися на прибирання (долучитися до процесу) та зареєструвати прибирання (самостійно створити локацію), що дасть змогу якісно координувати процес прибирання відходів на території України та побачити, куди здати певні відходи).</li> <li>Створення стимулюючих заходів для мешканців (заохочувальних призвів, конкурсів, окрема плата чи допомога активним мешканцям по дому тощо).</li> <li>Створення контролюючих органів над сортуванням відходів (наприклад, у Японії існує спеціальна поліція, яка займається контролюванням і покаранням мешканців, які не здійснюють сортування відходів).</li> </ol>

2.	Пункти збору	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підтримка з боку місцевих органів щодо пошуку місця й облаштування таких пунктів, юридична і консалтингова допомога.</li> <li>2. Заохочувальні заходи для суб'єктів, що організують такі пункти (зменшення податків або інші пільгові умови, наприклад надання транспорту для перевезення вже відсортованих відходів, винагорода працівників пункту збору).</li> <li>3. Допомога в інформуванні громадян про наявність таких пунктів (наприклад, в Україні є Інтернет-сайти, де збирається інформація про наявність таких пунктів збору. Так, видання «Велика епоха» розробило всеукраїнський сервіс інтерактивних мап «Куди здати відходи». У ньому можна вибрати мапу, де позначено пункти прийому різних видів відходів для таких міст: Київ, Харків, Дніпро, Львів, Одеса, Полтава) [10].</li> </ol>
3.	Підприємства з рециклінгу (переробки)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведення дослідження і формування таких підприємств у кластери чи промислові парки (міста) в однакових чи різних сферах для активної взаємодії й обміну інформацією.</li> <li>2. Стимулювання з боку держави таких підприємств (надання пільг як для підприємства, так і для їхніх працівників).</li> <li>3. Стимулювання переробки відходів через ЗМІ (інформаційна підтримка).</li> <li>4. Проведення дослідження і формування самого ринку вторинної сировини і продукції, їх поширення (створення соціальних роликів).</li> <li>5. Налагодження взаємозв'язків між виробниками і споживачами вторинної продукції.</li> <li>6. Розроблення відповідного маркування для продукції із вторинної сировини.</li> </ol>
4.	Споживачі вторинної продукції	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інформування населення про наявність такої продукції, стимулювання її продажів, а також формування «тренду» у свідомості споживачів про споживання вторинної продукції (рекламні ролики з відомими людьми, пости відеоблогерів).</li> <li>2. Створення маркетингового комплексу навколо вторинної продукції.</li> <li>3. Долучення споживачів із боку підприємств (їх навчання і консультування) до виготовлення вторинної продукції чи використання відходів для формування інтер'єру, засобів декору чи практичних речей.</li> <li>4. Використання вторинної продукції в енергоефективності (в Україні діє online-сервіс для пошуку енергоаудиторів «Джоуль», за допомогою якого можуть знайти досвідченого спеціаліста зі свого міста, який допоможе провести енергетичний аудит помешкання та підготувати детальний план упровадження енергоефективних заходів [11].</li> </ol>



Рис. 2. Можливий ефект від переорієнтації на біоекономіку

Джерело: розроблено автором

ентованого природокористування є екологічна реструктуризація національної економіки шляхом удосконалення техніко-технологічних процесів, перехід на біоекономіку та впровадження принципів нових еколого-безпечних засобів виробництва, застосування прогресивних способів і методів очищення виробничих відходів [8].

Активно політику біоекономіки застосовує Фінляндія, яка завдяки розробкам целюлозними і паперовими фабриками знизил витрати на енергоспоживання до 2 млн. євро на рік (використання відходів як біоенергії), широко застосовуються такі технології, як рекуперация і комбіноване спалювання вторинного відновлюваного енергетичного палива, яке збільшує енергоефективність і знижує кількість шкідливих викидів. Загалом для Фінляндії біоекономіка приносить річну продуктивність у 100 млрд. євро, зростання експорту, 100 тис. нових робочих місць і збільшення добробуту [9].

Для того щоб схема перетворення на рівні економіки і регіону у сфері боротьби із відходами працювала, необхідно долучати до співпраці всіх можливих суб'єктів (табл. 1), які починаючи із місцевого рівня допоможуть переорієнтувати свідомість самих громадян, а потім і досягнути ефекту на загальнонаціональному рівні.

Такі суб'єкти (ініціативні групи) сфери екологічної безпеки є рушієм її змін. На даний момент екологічна свідомість більшості українців знаходиться на низькому рівні, тому для високої ефективності впровадження діяльності щодо боротьби з відходами необхідно здійснювати активну заохочувальну діяльність, тобто заходи стимулювання щодо ініціативних груп у сфері екологічного розвитку (табл. 2).

Якщо втілити ці заходи у життя діяльність усіх ініціативних груп із переробки чи повторного використання відходів, це може принести неабиякий економічний і соціальний ефект (рис. 2).

Проте розроблення національної екологічної стратегії та перехід до біоекономіки потребують масштабного та

комплексного підходу, використання найбільш повного спектру параметрів, а не покладатися на локальні ініціативи.

Зміна параметрів вимагає різного рівня матеріально-технічних рішень, які можуть бути диференційовані на чотирьох рівнях [12]:

- Стратегічні рішення, пов'язані з кількістю, місцем і потенціалом підприємств – перевізників відходів, підприємств – переробників відходів, місцем складування та захоронення відходів.

- Комерційні рішення на пошук продуктів вторинної переробки відходів, субпідрядних процесів рециклінгу відходів та розподілу готової продукції. Це створення структури торгових зв'язків між компанією-переробником та її постачальниками, дистриб'юторами і клієнтами.

- Оперативні рішення з питання про терміни виробництва з ресурсоцінної сировини і розподілу, переклад торговельних зв'язків на окремі потоки вантажів і визначення швидкості обертання інвентаризації на складах.

- Функціональні рішення, що стосуються управління матеріально-технічними ресурсами для рециклінгу відходів.

**Висновки.** Сьогодні важливо використовувати маркетингові інструменти під час проведення роз'яснювальної роботи серед населення щодо інституцій, які організують додаткове сортування, реалізацію чи переробку відходів, тобто пунктів збору та підприємств із рециклінгу (переробки). При цьому виникає необхідність створення такого механізму управління програмою поводження з відходами, який би поєднував ринкові закономірності і регулюючий вплив державного управління. Цей механізм повинен забезпечити гнучке й ефективне регулювання процесів використання обмежених фінансових ресурсів і сприяти рішенню комплексу вкрай актуальних завдань збереження і розвитку економічного та інтелектуального потенціалу міста, регіону, країни.

#### Список використаних джерел:

1. Данилишин Б.М. Екологічна складова політики сталого розвитку: монографія. Донецьк: Юго-Восток, Лтд, 2008. 256 с.
2. Долішній М.І., Шевчук Я.В. Територіальна суспільна система як об'єкт дослідження регіональної економіки України. Соціально-економічні дослідження в перехідний період: Регіональні суспільні системи. 2004. Вип. 3. С. 3–14.
3. Вахович І.М., Бодак І.В. Продовольча безпека України: регіональний вимір: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. 332 с.
4. Екологічний маркетинг: навч. посіб. / А.М. Вічевич, Г.В. Вайданич, І.І. Дідович, А.П. Дідович. Львів: ДЛІТУ, 2002. 248 с.
5. Садченко О.В., Харічков С.К. Маркетинг екологічно спрямованої інноваційної діяльності. Проблеми управління інноваційним підприємством екологічного спрямування; за заг. ред. О.В. Прокопенко. Суми: Університетська книга, 2007. С. 225–233.
6. Веклич О.О. Економічний механізм екологічного регулювання в Україні. К.: Український інститут досліджень навколишнього середовища і ресурсів, 2003. 88 с.
7. Шубравська О.В. Сталий економічний розвиток: поняття і напрям досліджень. Економіка України. 2005. № 1. С. 36–42.
8. Горбач Л.М. Екологічні інновації як визначальний елемент нової моделі природокористування. Економіка природокористування і охорони довкілля. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/epod\\_2013\\_2013\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/epod_2013_2013_16).
9. Економічні новини України «Переробка сміття як бізнес». URL: <http://money-news.te.ua/2015/03/28/pererobka-smittya-yak-biznes/>.
10. Всеукраїнський сервіс інтерактивних карт «Куди здати відходи» / Велика епоха. URL: <http://www.epochtimes.com.ua>.
11. Online-сервіс для пошуку енергоаудиторів «Джоуль». URL: <http://joule.pro>.
12. Магейчик В.П., Смешек В.О. Застосування логістичних підходів в системі поводження з відходами транспортного підприємства. Управління проектами, системний аналіз і логістика. 2011. Вип. 8.

**Анотація.** В статті розглянуті маркетингові та логістичні заходи в сфері управління побутовими відходами та вказана необхідність переорієнтації національної економіки на біоекономіку на державному та регіональному рівнях. Виділені основні суб'єкти (ініціативні групи) в сфері боротьби з відходами та показані основні маркетингові та логістичні заходи в сфері екологічного розвитку. Вказана необхідність розробки національної екологічної стратегії та переходу до біоекономіки через застосування масштабного та комплексного підходів.

**Ключові слова:** маркетингові та логістичні заходи, побутові відходи, біоекономіка, система, екологія, утилізація.

**Summary.** In the article, there are considered marketing and logistics activities in the field of household waste management and is noted the need to reorient the national economy in the bio-economy at state and regional levels, are selected core subjects (initiative groups) in the waste control sphere and is shown the main marketing and logistic measures for the field of ecological development. It is indicated the need for the development of the national ecological strategy and the transition to the bioeconomy through the using of large-scale and complex approach.

**Key words:** marketing and logistics activities, domestic (household) waste, bioeconomy, system, ecology, recycling (utilization).

УДК 330.3:336.5

**Олієвська М. Г.**  
*кандидат економічних наук, доцент  
Науково-дослідного фінансового інституту  
Академії фінансового управління*

**Olievska M. G.**  
*PhD (Economics), Associate Professor, Research,  
Financial Institute of Academy of Financial Management*

## ФІНАНСУВАННЯ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ ВІДТВОРЕННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

### THE FINANCING OF EDUCATION IN THE CONTEXT OF REPRODUCTION OF HUMAN CAPITAL

**Анотація.** У статті розкрито актуальні проблеми фінансування освіти в контексті відтворення людського капіталу. Обґрунтовано, що вітчизняна система фінансування освіти не забезпечує підготовку фахівців відповідно до потреб ринку. Визначено низку проблем, які впливають на ефективність фінансування освіти державою, підприємствами та домогосподарствами. Запропоновано напрями поліпшення фінансування освіти в контексті відтворення людського капіталу в Україні.

**Ключові слова:** фінансування освіти, відтворення людського капіталу, суб'єкти фінансування освіти, місцеві бюджети, освітня субвенція.

**Постановка проблеми.** Фінансування формування та розвитку людського капіталу на рівні домогосподарств, суб'єктів господарювання, регіонів, країни є однією з ключових передумов сталого розвитку, оскільки в умовах формування економіки знань, відтворення людського капіталу потребує фінансування, співвимірних вимогам часу. Оптимізація державних видатків на охорону здоров'я, освіту та соціальний захист є лише одним із напрямів поліпшення фінансування відтворення людського капіталу в Україні. На часі розроблення та впровадження додаткових механізмів фінансування людського капіталу, таких як ідентифікація та використання усіх факторів та резервів збільшення фінансування розвитку людського капіталу на рівні регіонів (фінансова децентралізація, розвиток соціально-економічної інфраструктури територій; використання публічно-приватного партнерства для розвитку людського капіталу; поліпшення інвестиційного клімату; забезпечення інтеграції освіти, науки і виробництва; розвиток соціально-культурної сфери); активізація використання джерел приватного сектору.

Поліпшення фінансування відтворення людського капіталу є вкрай необхідним для забезпечення якісної освіти, гідної праці, економічного зростання, зменшення нерівності та подолання бідності з метою стабільного підвищення якості життя для майбутніх поколінь [11].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Необхідність досягнення зазначених та інших Глобальних цілей сталого розвитку в Україні, відповідно до світових тенденцій, спонукає науковців досліджувати сутність та складники людського капіталу, розробляти нові та вдосконалювати наявні механізми фінансування відтворення людського капіталу. Вагомий внесок у дослідження і розв'язання наукової проблеми фінансування освіти здійснили відомі науковці: А.Є. Буряченко, Т.І. Єфименко, О.П. Кириленко, В.О. Огнев'юк, І.П. Сидор, котрі розкрили такі питання, як: сутність та складники людського капіталу; фінансування освіти та професійної підготовки; децентралізація бюджетної системи; вдосконалення міжбюджетних відносин; використання програмно-цільового методу в бюджетному процесі; роль публічно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави тощо.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на активне вивчення зарубіжними та українськими вченими фінансування відтворення людського капіталу, у тому числі такої сфери, як освіта та глибинність пізнання, варто зазначити, що досі спірними та невирішеними залишаються питання оптимізації державних видатків на фінансування освіти; збільшення фінансування освіти з використанням місцевих фінансів; активізації використання джерел корпоративного сектору та домогосподарств для фінансування освіти.