

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПОСЕРЕДНИЦЬКИМ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСТАННЬОМУ ЕТАПІ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ

У статті здійснено аналіз комплексу заходів посередницького підприємства з забезпечення сталого розвитку на завершальному етапі життєвого циклу опосередкованого товару. Визначено, що існує значний комплекс альтернативних утилізацій заходів: ремонт, повторне використання та re-виробництво. Це дозволить значно понизити споживання ресурсів та негативний вплив на навколишнє середовище. Досліджується стан вітчизняного вторинного ринку. У вітчизняних умовах вторинний ринок активно розвивається як у традиційному вигляді, розміщуючи торговельні площі в спеціально обладнаних приміщеннях, так і на теренах мережі Інтернет. Реалізація запропонованого комплексу заходів можлива за умови активної підтримки урядових організацій та інших учасників мережі створення цінності. Спільні дії усіх зацікавлених сторін мають забезпечити ефективну реалізацію інвестицій у системі зворотної логістики для збору продуктів, що перебувають на завершальному етапі споживання для їх подальшого використання, переробки чи утилізації. Не меншу роль у цьому процесі мають відігравати споживачі, які використовують продукт.

Ключові слова: посередник, посередницька діяльність, ЖЦТ, утилізація, ремонт, повторне використання та re-виробництво, маркетинг, сталий розвиток.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT POLICY OF THE INTERMEDIARIES DURING THE FINAL STAGE OF PRODUCT LIFE CYCLE

The article analyzes the complex of activities of the intermediary enterprises aimed at implementing of the sustainable development principles during the final stage of the product life cycle. It is determined, that apart from recycling, there is a wide range of alternative measures, such as repair, re-use and re-manufacturing. They will help to reduce the resource usage and negative environmental impact. The state of the secondary market in Ukraine has been investigated. The secondary market is actively developing in the traditional shopping places, as well as in the Internet. The implementation of the proposed package of measures could be possible due to the active support of the government organizations and other members of the value-creating network. Joint action by all stakeholders should ensure effective implementation of investments in to the system of reverse logistics for the collection of products that are on the final stage of consumption for re-use, recycling or disposal. Consumers, who use the product, also play important role in this process. The relations with the investors, suppliers and other partners will require more attention in the further research.

Keywords: intermediary, mediation, product life cycle, recycling, repair, re-use and re-manufacturing, sustainable development.

Вступ. Сьогодні усе більше загострюються соціальні, екологічні та економічні проблеми. Тому усі учасники мережі створення цінності мають сконцентрувати свої зусилля на їх вирішення. У 70-х роках минулого сторіччя була запропонована концепція сталого розвитку, яка покликана нівелювати негативний вплив існуючих проблем та забезпечити подальший гармонійний розвиток. Виробники, споживачі та інші зацікавлені аудиторії мають забезпечувати реалізацію принципів сталого розвитку. Посередницькі організації можуть і мають відігравати у цьому процесі інтегруючу та координуючу роль, перебуваючи серед усіх учасників мережі створення цінності найближче до кінцевого споживача.

Аналіз виявив кілька значних тенденцій у реалізації принципів сталого розвитку в межах мережі створення цінності. По-перше, змінюється система споживання товарів та послуг у бік спільного споживання, що дозволяє зменшити негативний вплив на навколишнє середовище та мінімізує споживання обмежених ресурсів. По-друге, виробники намагаються враховувати необхідність дотримання принципів сталого розвитку вже на етапі дизайну товарів та при їх виробництві, а з іншого боку споживачі усе більше звертають увагу на необхідності забезпечення сталості продуктів, що вони споживають.

Менше уваги приділяється комплексу заходів на останньому етапі життєвого циклу товарів. Традиційно вважається, що товари мають бути утилізованими після їх споживання. Сучасний практика вказує на те, що існує комплекс заходів, що дозволяє максимально продовжити життєвий цикл товару.

Метою цієї статті є дослідження ролі посередницького підприємства у забезпеченні реалізації принципів сталого розвитку на останніх етапах життєвого циклу товару.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз джерел дозволив виявити значний інтерес до проблем сталого розвитку. Проблемам реалізації принципів сталого розвитку приділяють увагу як спеціалісти що займаються цією проблемою на макрорівні такі й на мікрорівні. У науковій літературі розглядаються фінансові, виробничі, логістичні та багато інших аспектів забезпечення сталого розвитку. Проблема утилізації спожитого продукту вивчена на недостатньому рівні і носить фрагментарний характер. Нами виявлено кілька наукових робіт автори яких приділяли увагу останнім етапам життєвого циклу товару: У. Вілер [13], Д. Хаасіс [3] та М. Чартер [4]. Роль посередників у реалізації принципів сталого розвитку на

останньому етапі життєвого циклу товару потребує додаткової уваги.

Виклад основного матеріалу. С точки зору сталого розвитку серед усіх етапів життєвого циклу товару найменш вивченим залишається процес утилізації, який може відбуватися за різними сценаріями, продовжуючи життєвий цикл продукту та мінімізуючи негативний вплив на екологію. Більшість учених переконані, що продукт має повертатися у виробничий процес чи підлягати розкладу під дією мікроорганізмів. Іншими словами, необхідно створювати такі продукти, які можна було б використовувати у виробництві нових продуктів і послуг, забезпечуючи як економічний, так і екологічний цикли. Отже, у процесі дизайну продукту мають бути передбачені заходи, які стежитимуть за споживанням продукту. Безперечно, у цьому процесі активна роль має бути відведена посередницькому підприємству як такому, що безпосередньо контактує з кінцевим споживачем. Важливо зазначити, що такі ініціативи сьогодні є добровільними, хоча в майбутньому компанії, очевидно, будуть зобов'язані створювати системи зворотної логістики після вжитку упаковки, електроніки, автомобілів та іншої продукції. Це вже відбувається в деяких більш екологічно розвинених країнах. Водночас такі дії означатимуть, що компанії матимуть додаткові можливості для розвитку відносин із клієнтами [4].

Поліпшення екологічних, соціальних та економічних характеристик продукції потребує інтеграції різноманітних можливостей використання продукту в концепцію продукту. У. Вілер виділяє «five R's» — комплекс, який включає такі елементи [13]:

ремонт (Repair) – модульний підхід до дизайну і гарантійне післяпродажне обслуговування можуть забезпечити високу економічну ефективність продукту та розширити термін його служби;

відновлення (Reconditioning) – на автомобільному ринку можна придбати широкий асортимент відновлених деталей — від шин до двигуна;

повторне використання (Reuse) – у середньому пляшка з-під молочних продуктів використовується 12 разів;

перероблення (Recycling) – продукти, починаючи від пивних банок і закінчуючи сучасними автомобілями, наприклад, марки BMW, розробляються з урахуванням вимог процесу вторинної переробки;

ре-виробництва (Re-manufacture) – «Kodak» щороку збирав понад 50 млн одноразових камер у 20 країнах для повторного виробництва.

Повторне використання може здійснюватися в кількох формах. На думку професора Д. Хаасіса, слід виділити такі способи повторного використання [3]:

- подальше використання зі збереженням початкового призначення продукту без зміни форми і складу;

- подальше використання зі зміною призначення продукту без зміни форми і складу;

- подальше використання зі збереженням початкового призначення продукту, після закінчення процесу обробки зі зміною форми і/або складу;

- подальше використання зі зміною призначення продукту після закінчення процесу обробки зі зміною форми і/або складу.

Сьогодні спостерігається активізація вторинного («second-hand») ринку продуктів, що задовольняють різноманітні потреби споживачів, вказуючи на втрачені можливості для товаровиробника отримати додатковий прибуток. Вирішенням такої проблеми буде застосування запропонованих раніше способів вторинного використання продуктів, що вже вводиться, подаючи їх як нові. Проте таке завдання унеможливується у зв'язку зі значними логістичними витратами організації зворотних логістичних каналів. У такому разі з'являються широкі можливості для посередницької організації, яка перебуває найближче до споживача [6].

У вітчизняних умовах вторинний ринок активно розвивається як у традиційному вигляді, розміщуючи торговельні площі в спеціально обладнаних приміщеннях, так і на теренах мережі Інтернет. Проведене дослідження виявило такі приклади вторинних ринків, що відображено в табл. 1.

У розробленні сталої продукції необхідна активна участь урядових організацій. Корпоративні структури спільно з органами місцевого самоврядування та за підтримки урядових організацій мають забезпечити ефективну реалізацію інвестицій у системі зворотної логістики для збору продуктів, що перебувають на завершальному етапі споживання для їх подальшого використання, переробки чи утилізації. Для всіх учасників цієї мережі такі зусилля можуть забезпечити надходження додаткового доходу в короткостроковій і довгостроковій перспективі через заощадження коштів, отримання доходу і поліпшення суспільних відносин. Зазначені схеми бувають найбільш успішними у разі співробітництва з місцевими органами влади та іншими місцевими групами впливу.

На рис. 1 наведена схема організації циклу обороту товару з урахуванням його повторного споживання, переробки чи виходу з кругообігу.

У табл. 2 надано приклади сталої практики роздрібних посередницьких компаній на завершальному етапі життєвого циклу товару та упаковки.

Не менше значення має взаємодія зі споживачами. Як уже зазначалося, вплив продукту на навколишнє середовище виявляється не тільки під час його виготовлення, а й під час споживання, а потім й утилізації на завершальному етапі. При цьому дуже часто з'ясовується, що останні етапи мають значно більший негативний вплив, ніж виробництво [7].

Вторинні ринки на території України

Назва	Товари споживчого призначення	Автомобілі	Нерухомість
Мережа Інтернет			
slando.ua	+	+	
aukro.ua	+	+	
ria.ua	+	+	
torg.ua	+	+	
sale.autoportal.ua		+	
avtosale.ua		+	
rieltor.ua			+
prostodom.ua			+
kiev.est.ua			+
domik.net			+
Традиційний ринок			
Магазини «Одяг з Європи»	+		
Традиційні «Блошині ринки»	+		
Автомобільні ринки		+	
Агентства нерухомості			
«Благовест»			+
«Park Lane»			+

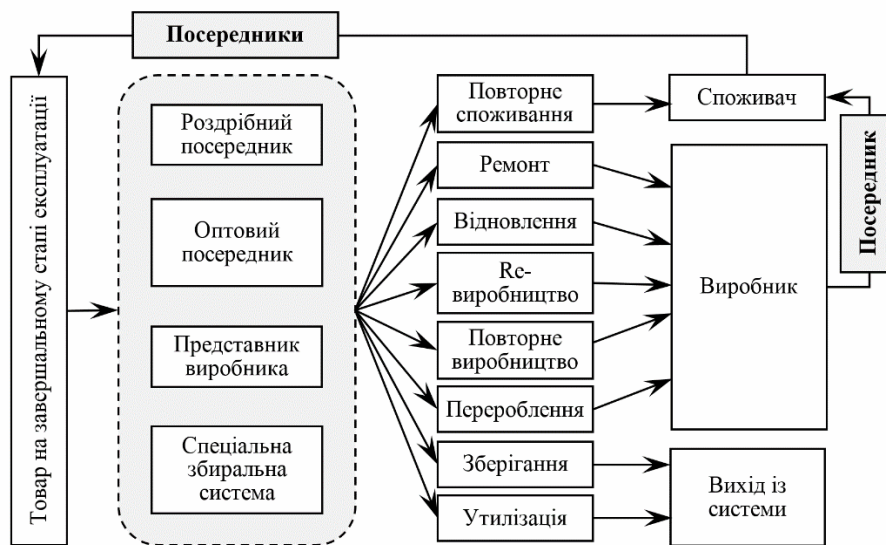


Рис. 1. Роль посередників на завершальному етапі експлуатації товару

Звісно, посередницькі організації, як і виробники, не в змозі контролювати подальшу долю продукту після його продажу. Асоціація лідерів роздрібного ринку (Retail Industry Leaders Association) стверджує, що роздрібні торговці можуть використовувати інноваційні стратегії для освіти споживачів, впливати на їхню поведінку і забирати продукти в кінці їхнього життя [7]. Те, як споживач використовує продукт, може справляти істотний вплив на екологію. Насамперед треба розпочати з реалізації принципів сталого розвитку в процесі дизайну продукту для забезпечення зменшення негативного впливу на етапі використання та утилізації. Серед таких заходів важливими є інформування споживачів про сталі характеристики продукту, правила його використання та наслідки негативного впливу на навколишнє середовище. Повідомлення можна розмішувати як на продукті, так і в місцях продажу або за допомогою інших засобів комунікації. Наприклад, «Wal-mart» замінив 74 % етикеток, інформуючи споживача про можливість прання в холодній воді, що дозволяє знизити витрати на електроенергію [7].

Не варто забувати і про роль споживача в забезпеченні сталого розвитку всієї системи. Ініціатива має виходити не лише від виробника, роздрібного торговця чи місцевого самоврядування, які можуть запропонувати широкий спектр ініціатив, що сприяють сталому розвитку, а й від споживачів, котрі здатні самостійно ініціювати/вимагати напрацювання таких програм.

Приклади заходів посередницьких компаній, що сприяють сталому розвитку, на завершальному етапі життєвого циклу товару*

Роздрібний посередник	Заходи
Заходи пов'язані з товаром	
«Target»	Створення утилізаційних станцій для скла, пластику, алюмінію, паперу, пластикових пакетів і деяких електронних відходів
«Staples»	Перероблення картриджів для принтера
«Best Buy»	Викуп товарів
«Gap Inc.»	Перероблення джинсового одягу
«Nike»	Утилізація взуття
Заходи пов'язані з упаковкою	
«Wegmans»	Особлива увага приділяється власним торговим маркам. Розробляється «Кодекс поведінки виробника». Затверджуються використовувані у виробництві матеріали. Удосконалюється упаковка
«Wakefern»	Розробляються упаковки, що легко утилізуються. Працює постійна група з удосконалення відповідних характеристик упаковки
«Wal-Mart»	Введення посади інженера з удосконалення відповідних характеристик упаковки. Взаємодія галузевих організацій та лідерів галузей щодо вдосконалення характеристик упаковки
«Staples»	Програма стимулювання конкуренції серед постачальників для розроблення інноваційної упаковки, яка використовує менше матеріалів, альтернативні матеріали. На додаток до традиційних вимог до упаковки — вартість, вага, розмір — висуваються додаткові вимоги екологічності

* Джерело: складено автором на основі: [1; 2; 5; 8–12]

Висновки. Проведений аналіз дозволив виявити значний потенціал для реалізації принципів сталого розвитку на етапі утилізації товару після його споживання. Альтернативою утилізації спожитого товару може стати цілий комплекс заходів: ремонт, відновлення, ге-виробництво, повторне виробництво, перероблення. Крім цього товари можуть бути повторно використані. Усі запропоновані альтернативи потребують активної участі усіх учасників мережі створення цінності. Так виробники мають закладати відповідні характеристики товарів на етапі дизайну та виробництва, посередники мають створювати відповідну інфраструктуру, а споживачі у свою чергу мають проявляти активну позицію у забезпеченні роботи системи.

Серед перспективних напрямків подальших досліджень варто виділити наступні: роль кінцевого споживача у реалізації принципів сталого розвитку; дії державних органів у забезпеченні нової системи споживання; поступове зрощення виробничої та посередницької сфери. Переорієнтація системи володіння у систему спільного споживання також потребує додаткової уваги з боку наукової спільноти.

Література

1. Best Buy: website. URL: www.bestbuy.com
2. Gap Inc. URL: www.gapinc.com.
3. Haasis H.-D. Сталый розвиток : конспект лекцій курсу / H.-D. Haasis. — К. : КНЕУ, 2010.
4. Marketing and sustainability / M. Charter, K. Peattie, J. Ottman [and others]. — Farnham : The Centre for Sustainable Design, 2002. — 36 p.
5. Nike. URL: <http://www.nike.com>.
6. Product-service systems are necessary for a durable world // My statement blog. — 2010. URL: <http://enemacdes.wordpress.com/2010/11/21/product-service-systems-are-necessary-for-a-durable-world>.
7. Retail Sustainability Report 2012 // RILA.
URL: <http://www.rila.org/sustainability/sustreport/sustainability-report-landing-page/Documents/RetailSustainabilityReport.pdf>.
8. Staples. URL: www.staples.com.
9. Target. URL: www.target.com.
10. Wakefern // Wakefern Food Corporation. URL: www.wakefern.com.
11. Wal-Mart // Wal-Mart Stores, Inc. URL: www.walmart.com.
12. Wegmans. URL: www.wegmans.com.
13. Wheeler W.A. The revival in reverse manufacturing / W.A. Wheeler // Journal of Business Strategy. — 1992. — Vol. 13, No. 4. — P. 8–13.

Надійшла 10.12.2015; рецензент: д. е. н. Шафалюк О. К.