

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Наказ Міністерства розвитку громад,  
територій та інфраструктури України  
від 20 червня 2024 року № 551

## **Методичні рекомендації з підвищення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами**

### **1. Загальні положення**

1. Ці Методичні рекомендації з підвищення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами (далі – Методичні рекомендації) спрямовані на зростання рівня обізнаності громадськості щодо сучасного управління побутовими відходами та підвищення ефективності впровадження у територіальних громадах сучасних методів та технологій управління побутовими відходами.

2. Терміни у цих Методичних рекомендаціях вживаються у значенні, наведеному в Законах України «Про управління відходами», «Про житлово-комунальні послуги», постанові Кабінету Міністрів України від 08 серпня 2023 року № 835 «Про затвердження Правил надання послуги з управління побутовими відходами та типових договорів про надання послуги з управління побутовими відходами».

3. Під підвищенням обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами слід розуміти інформаційно-комунікаційну роботу із населенням щодо роз'яснення основних цілей та принципів державної політики у сфері запобігання утворенню та управління відходами згідно із Законом України «Про управління відходами».

4. Основними цілями державної політики у сфері запобігання утворенню та управління відходами є:

1) захист здоров'я людей та навколишнього природного середовища від негативного впливу відходів;

2) здійснення заходів у сфері управління відходами без загрози здоров'ю людей та спричинення шкоди навколишньому природному середовищу в межах встановлених нормативів шкідливого впливу фізичних факторів;

3) дотримання ієрархії управління відходами;

4) запровадження розширеної відповідальності виробника.



5. Основними принципами державної політики у сфері запобігання утворенню та управління відходами є:

1) запобігання – утворювач або власник відходів вживає заходів для запобігання утворенню відходів, а також для уникнення, зменшення або усунення негативного впливу відходів на здоров'я людей та навколишнє природне середовище;

2) «забруднювач платить» – утворювач або власник відходів покриває витрати на запобігання утворенню відходів, їх збирання, перевезення та оброблення, включаючи витрати на створення та утримання об'єктів оброблення відходів;

3) територіальної наближеності – оброблення відходів здійснюється на найближчій споруді або установці з оброблення відходів, або в місці захоронення відходів, враховуючи їх екологічну та економічну ефективність, відповідно до регіональних та місцевих планів управління відходами;

4) формування конкурентного середовища у сфері управління відходами – суб'єкти господарювання, органи державної влади та органи місцевого самоврядування зобов'язані сприяти розвитку конкуренції та не повинні вчиняти будь-яких неправомірних дій, які можуть мати негативний вплив на конкуренцію у сфері управління відходами.

6. Ієрархія управління відходами впроваджується центральними та місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами та організаціями з метою (у порядку пріоритетності):

1) запобігання утворенню відходів;

2) підготовки відходів до повторного використання;

3) рециклінгу;

4) відновлення відходів (у тому числі виробництва енергії);

5) видалення відходів.

7. Витрати на здійснення заходів з підвищення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами можуть здійснюватися за рахунок таких джерел:

тарифу на послугу з управління побутовими відходами;

коштів місцевих бюджетів;

коштів організацій розширеної відповідальності виробника;

інших не заборонених законодавством джерел.

8. Організація проведення інформаційно-комунікаційних заходів щодо роздільного збирання побутових відходів здійснюється з урахуванням вимог Методики роздільного збирання побутових відходів, затвердженої наказом Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України від 13 грудня 2023 року № 1130, зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 02 лютого 2024 року за № 168/41513.

9. Під час підвищення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами рекомендується використовувати наступні методи, які визнано найбільш ефективними у розвинутих країнах, а саме:

метод стимулювання – полягає у роз'ясненні громадськості у процесі інформування переваг від здійснення певних вчинків, наприклад мінімізації утворення та роздільного збирання побутових відходів відповідно до прийнятої технологічної схеми їх збирання, скорочення використання кількості пластику, компостування біовідходів замість спалювання або захоронення побутових відходів;

метод переконання – передбачає логічний доказ якогось поняття, правової чи моральної оцінки дій. При цьому на свідомість громадян може впливати не стільки поняття та міркування, скільки їх доказовість – закони, штрафи, статистика, факти про шкоду для здоров'я. Особа, оцінюючи отриману інформацію, або стверджується у своїх поглядах або коригує їх. Переконуючись у правоті, особа як правило формує свою систему поглядів на проблему;

метод впливу – вплив на людину з метою спонукання її до певних дій, наприклад правильного управління побутовими відходами. Ефективній реалізації цього методу може сприяти використання художніх образів, інфографік, ілюстрацій, відео, перфомансів, виставок, кінопоказів тощо.

10. Серед засобів, які використовуються для впливу на підвищення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами, рекомендується використовувати два типи:

маркетинговий тип, що включає вивчення обізнаності громадськості та відповідне коригування напрямів інформаційно-комунікаційних заходів;

мобілізаційний тип, що включає інформаційно-комунікаційні заходи – статті, дописи в соцмережах, інфографіки, анімаційні та відеоролики, фотопроекти, перфоманси, кінопокази, театральні постановки.

11. Підвищення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами рекомендується проводити за двома напрямками:

інформаційно-комунікаційні заходи із донесення сучасних методів та підходів щодо складу та властивостей побутових відходів, шляхів запобігання їх шкідливого впливу на навколишнє природне середовище і здоров'я людини;

інформаційно-комунікаційні заходи щодо роботи із населенням відносно необхідності дотримання правил чистоти і належного утримання територій населених пунктів, недопущення утворення несанкціонованих звалищ, впровадження роздільного збирання окремих видів побутових відходів тощо.

12. Під час підвищення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами рекомендується використовувати активні і пасивні форми інформаційно-комунікаційної роботи.

До активних форм рекомендується включати проведення вебінарів, тренінгів, мистецьких акцій, кінопоказів, театральних постановок, художніх виставок, лекцій, дискусій, фестивалів, конкурсів.

До пасивних форм рекомендується відносити видання науково-популярної літератури, статей; наочних форм інформаційно-комунікаційної роботи – листівок, буклетів, плакатів; фотопроектів, відеороликів та анімацій.

Пасивні форми інформаційно-комунікаційної роботи можуть не носити безособовий характер. Їх зміст рекомендується спрямовувати на конкретну аудиторію: у одних випадках газети, плакати можуть вміщувати мінімум тексту і багато яскравих, кольорових малюнків та ілюстрацій (наприклад, для молодших школярів), у інших – може бути більше текстового матеріалу з однією-двома ілюстраціями, що добре запам'ятовуються.

При підготовці наочної форми інформаційно-комунікаційної роботи доцільно ретельно продумувати її оформлення, тексти, назву, місце, де вона може розміщуватися.

13. В залежності від чисельності учасників інформаційно-комунікаційного заходу, рівня їх освіти, спеціальності, професії, інтересу до

проблеми, віку тощо рекомендується використовувати різні види інформаційно-комунікаційних заходів: масові, колективні, індивідуальні.

14. Як правило розрізняють такі основні етапи інформаційно-комунікаційних заходів з підвищення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами:

інформування – це етап ознайомлення громадськості з впливом побутових відходів на навколишнє природне середовище та перевагами сучасних методів та технологій управління побутовими відходами, а також охоплення якнайбільшої аудиторії. На цьому етапі як правило розробляється план інформаційно-комунікаційних заходів, обираються пізнаване гасло (слоган), що використовується протягом усіх інформаційно-комунікаційних заходів, та методи і засоби їх проведення;

залучення – це етап формування в аудиторії власної позитивної думки про необхідність свідомої участі в сфері управління побутовими відходами. Цей етап доцільно здійснювати в межах території територіальної громади, він як правило передбачає вивчення обізнаності громадськості стосовно сучасних методів та технологій управління побутовими відходами із застосуванням методів та інструментів соціологічних досліджень;

нагадування – це етап нагадування щодо провадження сучасних методів та технологій управління побутовими відходами, зокрема при впровадженні роздільного збирання побутових відходів. Заходи етапу нагадування рекомендується проводити при запровадженій системі управління побутових відходів у відповідній територіальній громаді.

15. До інформаційно-комунікаційних заходів рекомендується включати:

розробку та творче втілення інформаційних матеріалів, у тому числі: розробку друкованої та аудіо-, відеопродукції, постерів, листівок, складання текстів;

розробку та складання методичних матеріалів з екологічного та гігієнічного виховання;

виготовлення та тиражування друкованої продукції: листівок, брошур, методичних матеріалів, літератури для дітей;

методичну роботу з підготовки експертів з проведення інформаційно-комунікаційних заходів з громадськістю;

розміщення інформаційних матеріалів на громадському транспорті, тарі та упаковці, зовнішній та транзитній рекламі, в публічних місцях та установах;

проведення роз'яснювальної роботи у медіа та за місцем проживання, в соціальних мережах, зокрема в місцевих групах;

організацію і проведення заходів (наприклад, заходи з підвищення екологічної культури і професійної підготовки спеціалістів, збирання ресурсоцінних відходів, екскурсії на об'єкти управління відходами, конкурсів, перфомансів, виставок, кінопоказів, фестивалів) в закладах загальної середньої, професійної (професійно-технічної), позашкільної, фахової передвищої, вищої, післядипломної, дошкільної освіти, а також для громадськості.

## **2. Підвищення свідомості громадськості через медіа**

1. Як правило медіа є цінними каналами комунікації для підвищення екологічної свідомості громадськості через такі особливості:

широта аудиторії, спрямованість і швидкість інформаційного впливу;

сила, комунікативність, постійність і багатофакторність впливу;

єдність інформаційно-комунікаційного впливу;

багатство методів і форм впливу;

доступність, поширеність, динамічність інформації.

2. Вибір медіа для проведення інформаційно-комунікаційної роботи рекомендується здійснювати за такими критеріями:

поширення на ту чи іншу цільову аудиторію;

популярність серед громадськості медіа, каналу соціальної мережі тощо;

їх тираж або, відповідно, аудиторія глядачів чи слухачів;

рівень тарифів за рекламні площі чи ефірний час;

географія чи поширення дії.

3. У разі наявності місцевого телебачення важливо передбачити інформаційно-комунікаційні заходи із його залученням, зокрема інтерв'ю, дискусії, показ відео та анімаційних роликів.

4. Публікації в пресі можуть носити періодичний характер і висвітлювати окремі аспекти сучасного управління побутовими відходами. Для ефективного проведення інформаційно-комунікаційної роботи рекомендується вибирати друковані медіа різної спрямованості з великими тиражами або аудиторією, що дають можливість донести необхідну інформацію. Публікуватися можуть аналітичні статті, експертні колонки, банери.

5. Рекомендується використовувати радіоканали для здійснення інформаційно-комунікаційних звернень, що можуть транслюватися в тому числі в мережі Інтернет, доступних для масового сприймання громадськістю стосовно сучасного управління побутовими відходами.

6. Для проведення інформаційно-комунікаційної роботи рекомендується також активно використовувати онлайн-медіа та соціальні мережі. Рекомендується створення в територіальній громаді інформаційного порталу – вебсайту, або сторінки на платформах спільного доступу до інформації, групи в популярній соціальній мережі, яка буде адмініструватися представниками територіальної громади з метою інформування громадськості щодо управління побутовими відходами. Також на цих сторінках може бути розміщено інформацію про виконавців послуги управління побутовими відходами, адміністратора (у разі його наявності), наявні системи збирання різних видів побутових відходів, основні проблеми сучасного управління побутовими відходами в територіальній громаді, шляхи їх вирішення, основні заходи органів місцевого самоврядування із впровадження сучасних методів та технологій, рішень органів місцевого самоврядування в сфері управління побутовими відходами, ціни на послуги та штрафи щодо порушення екологічного законодавства.

### **3. Навчання населення за місцем проживання**

1. Інформаційно-комунікаційну роботу стосовно сучасного управління побутовими відходами з населенням за місцем проживання рекомендується виконувати шляхом виготовлення інформаційно-комунікаційних листівок для рекомендованого поширення у публічних місцях, офісах, магазинах, бібліотеках, поштових відділеннях, за можливості та потреби через поштові скриньки.

2. З метою різнобічної підготовки дітей у дошкільних навчальних закладах та учнів загальноосвітніх навчальних закладів, їх батьків, вчителів, вихователів та формування екологічної культури населення у сфері управління побутовими відходами, структурним підрозділам органів місцевого самоврядування, що займаються питаннями управління

побутовими відходами, та суб'єктам господарювання, що надають послуги з управління побутовими відходами, рекомендується через органи освіти періодично долучатись до навчальних процесів виховання дітей, підлітків та молоді. За можливості можна залучати представників місцевих громадських організацій або активістів.

3. У дитячих дошкільних закладах на першому етапі роботи рекомендується проводити навчання для педагогів та вихователів, пояснювати мету і задачі сучасного управління побутовими відходами, визначити коло заходів з проведення просвітницької роботи, час та умови її здійснення.

На другому етапі рекомендується проводити інформаційно-просвітницькі заходи для батьків щодо ситуації з управління побутовими відходами у населеному пункті – лекції, дискусії. Це може викликати безпосередню зацікавленість батьків разом з дітьми приймати участь у проведенні та підтриманні заходів, що пропонується реалізувати конкретно у кожному дворі, будинку та/або районі територіальної громади.

На третьому етапі рекомендується безпосередня робота з дітьми. Оскільки для конкретної вікової групи мета і зміст роботи різні, ці заняття рекомендується проводити з окремими групами дитячої дошкільної установи.

4. З метою виховання в учнів загальноосвітніх навчальних закладів розуміння важливості та актуальності сучасного управління побутовими відходами рекомендується:

проведення лекцій і семінарських занять з учнями загальноосвітніх навчальних закладів залежно від освітнього рівня із сучасного управління побутовими відходами;

проведення практичних занять з метою формування у школярів навиків функціонування сучасного управління побутовими відходами;

проведення екологічних акцій і заходів, спрямованих на популяризацію сучасного управління побутовими відходами, фестивалів, таборів, виставок, кінопоказів, міні грантових програм;

проведення конкурсів творчих і дослідницьких робіт на тему сучасного управління побутовими відходами;



проведення загальноміських шкільних екологічних конференцій, семінарів, круглих столів з метою висвітлення інформації із сучасного управління побутовими відходами.

5. У вищих навчальних закладах третього та четвертого рівня акредитації рекомендується доповнити екологічні програми навчання курсами лекцій із сучасного управління побутовими відходами, а також наявними куточками роздільного збирання побутових відходів на території навчального закладу.

#### **4. Розміщення інформаційно-комунікаційних матеріалів**

1. Розміщення плакатів (постерів) з інформаційно-комунікаційною інформацією із сучасного управління побутовими відходами рекомендується здійснювати на щитах зовнішньої реклами на об'єктах благоустрою населених пунктів, у транспорті, у приміщенні публічних установ, бізнес-офісах, навчальних закладах.

2. Плакати (постери) рекомендується виготовляти із перероблених матеріалів.

3. У громадському транспорті рекомендується експонування інформаційно-комунікаційних матеріалів як зовнішньо, так і внутрішньо.

4. Розміщення інформаційно-комунікаційних матеріалів може бути періодичним протягом усього терміну проведення інформаційно-комунікаційної роботи щодо підвищення обізнаності громадськості. Матеріали важливо оновлювати відповідно до актуальності законодавства та сучасних методів та технологій управління побутовими відходами.

#### **5. Методи вивчення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами**

1. З метою визначення дієвості заходів щодо підвищення екологічної свідомості громадськості рекомендується проводити вивчення обізнаності громадськості.

2. Для вивчення обізнаності громадськості рекомендується використовувати наступні методи, що визначені найбільш ефективними під час проведення інформаційно-комунікаційних заходів стосовно сучасного управління побутовими відходами у країнах світу:

особисте спілкування та глибокі інтерв'ю з представниками різних цільових аудиторій;

фокус-групи;  
«гарячі» телефонні лінії чи чат-боти;  
аналіз звернень громадян;  
інтернет-опитування;  
збір релевантних статистичних даних;  
телефонне інтерв'ю.

3. Особисті контакти як вільне спілкування з громадськістю рекомендується використовувати з метою ефективного виявлення і оцінювання тенденцій відношення громадськості до проблеми управління побутовими відходами. Одним з різновидів особистих контактів є глибинні інтерв'ю із зацікавленими особами, тобто підбір і інтерв'ювання добре інформованих лідерів і експертів у сфері управління побутовими відходами чи інших цільових аудиторій. Інтерв'ю рекомендується проводити у формі вільної дискусії чи структурованого та обмеженого у часі інтерв'ю, в ході яких обраним особам пропонується обговорити проблему сучасного управління побутовими відходами. Під час підбору ключових зацікавлених осіб рекомендується враховувати передбачуване знання ними проблеми управління побутовими відходами, а також їх здатність представити точку зору тих цільових аудиторій, яку вони представляють.

4. Фокус-групи рекомендується використовувати з метою з'ясування реакції людей на процеси, що відбуваються у сфері управління побутовими відходами і для збирання інформації, яку рекомендується використовувати у інших методах вивчення обізнаності громадськості стосовно сучасного управління побутовими відходами. Фокус-групу рекомендується скласти з 6 – 10 осіб. Заняття у фокус-групах рекомендується проводити за участю модератора, досвідченого у питаннях сучасного управління побутовими відходами.

5. З метою отримання зворотного зв'язку і відстеження проблем, що викликають особливу заклопотаність та інтерес різних суспільних груп із сучасного управління побутовими відходами, рекомендується запроваджувати «гарячі» телефонні лінії та чат-боти.

6. З метою збирання інформації щодо стану управління побутовими відходами рекомендується здійснювати періодичний аналіз звернень громадян. При цьому рекомендується враховувати, що:

автори звернень можуть бути схильні до критичного, а не конструктивного підходу;

в зверненнях повідомляються локальні проблеми управління побутовими відходами, що склалися або з якими зіштовхнувся безпосередньо автор звернення, і не завжди є зрізом громадської думки в цілому по територіальній громаді.

7. З метою отримання простих і чітких відповідей на питання стосовно проблем сучасного управління побутовими відходами, які потребують певного обмірковування та часу для відповіді, рекомендується використовувати опитування.

До переваг анкет, що розсилаються електронною поштою або через Google-форми чи спеціальні ІТ-продукти, відноситься значна економія часу і коштів, зручність для респондентів, гарантія анонімності, відсутність впливу особи інтерв'юера. Недоліком багатьох опитувань як правило є низький коефіцієнт отримання відповідей, який означає, що підсумкова вибірка може виявитися зовсім не репрезентативною.

8. З метою швидшого збирання інформації щодо проблем управління побутовими відходами та отримання відповіді від більшої кількості громадськості, рекомендується використовувати телефонне інтерв'ю. Це також може бути застосовано для тієї цільової аудиторії, яка не має доступу до Інтернет-ресурсів чи не володіє достатніми цифровими навичками.

**Директор Департаменту  
комунальних послуг**

**Наталія ХОЦЯНІВСЬКА**