

УДК
 687.02:
 504.03+
 330.567

ЛАРИСА БІЛОЦЬКА, СВІТЛАНА ЛОЗОВЕНКО,
 ЄЛИЗАВЕТА ВОЙЧЕНКО
 Київський національний університет технологій та
 дизайну, Україна

ІННОВАЦІЙНО-ЕКОЛОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АПСАЙКЛІНГУ В МОДІ: РОЗМЕЖУВАННЯ СУТНОСТЕЙ ТА АНАЛІЗ СВІТОВИХ ПРАКТИК

Мета. Провести критичний порівняльний аналіз понять «апсайклінг» та «ресайклінг» як стратегій циркулярної економіки. Шляхом огляду та порівняльного аналізу сучасних практик впровадження апсайклінгу в діяльність українських та міжнародних модних брендів визначити його інноваційний потенціал та соціально-екологічний вплив на формування нової моделі свідомого споживання.

Ключові слова: апсайклінг, ресайклінг, свідоме споживання, циркулярна економіка, інноваційний потенціал.

Постановка завдання. Метою цієї роботи є чітке критичне розмежування сутностей «апсайклінгу» та «ресайклінгу» у контексті управління текстильними відходами. А також, на основі цієї інформації, систематизувати та проаналізувати реальні приклади впровадження апсайклінгу провідними світовими та вітчизняними модними брендами з метою оцінки його інноваційно-екологічного потенціалу у якості сталої бізнес-моделі у різних сегментах ринку (від високої моди до нішевих брендів).

Методи досліджень. В процесі роботи було використано кілька основних методів. Для чіткого визначення та критичного розмежування понять «апсайклінг» та «ресайклінг» застосовано систематизацію та аналіз інформації наукових джерел. З метою збору та вивчення успішних прикладів впровадження апсайклінгу модними брендами проведено огляд офіційних веб-сайтів брендів, їхніх колекцій та інформаційних матеріалів. Ключовим методом став порівняльний аналіз, який дозволив зіставити стратегії брендів за критеріями джерела сировини (вінтаж, військовий надлишок, deadstock), рівня доданої вартості та масштабованості. На завершення всі отримані дані були узагальнені та піддані логічному обґрунтуванню для формулювання висновків щодо екологічної та інноваційної цінності апсайклінгу.

Результати досліджень. Перехід індустрії моди до циркулярної економіки вимагає чіткого розуміння ключових стратегій управління текстильними відходами. Два основні процеси – «апсайклінг» та «ресайклінг» – хоч вони і спрямовані на зменшення кількості відходів, суттєво відрізняються своїм впливом на цінність кінцевого продукту.

Ресайклінг (Recycling) – це процес промислового перетворення вживаного одягу або текстильних обрізків на сировину, з якої потім створюється новий матеріал [1-2]. Результатом є продукт такої ж або подібної якості. Наприклад, старий одяг розбивається на волокна, які потім використовуються для виготовлення нової тканини. Цей процес часто вимагає значних витрат на обробку та може призводити до зниження якості (даунсайклінг), якщо технології не дозволяють зберегти довжину волокна.

Апсайклінг (Upcycling), на відміну від «ресайклінгу», не передбачає знищення або руйнування вихідного матеріалу. Це творче повторне використання вживаного одягу, обрізків тканини чи інших матеріалів у новий продукт з більшою естетичною, екологічною чи функціональною цінністю [1]. Апсайклінг зберігає оригінальний матеріал, додаючи унікальності та значно подовжуючи його життєвий цикл.

Основна відмінність процесів, що розглядаються, полягає у впливі процесу на кінцеву вартість матеріалу. «Ресайклінг» прагне зберегти якість, тоді як «апсайклінг» є унікальною стратегією, оскільки вона додає матеріалу нову, часто значно вищу, естетичну та функціональну цінність. Апсайклінг, зазвичай, вимагає менше енергії та хімікатів, ніж ресайклінг, що підкреслює його екологічну перевагу [1-2]. Апсайклінг швидко став ключовою інноваційною стратегією для брендів, які прагнуть поєднати екологічну відповідальність з ексклюзивністю дизайну.

Порівняльний аналіз глобальних та нішевих апсайклінг-стратегій.

На міжнародному рівні апсайклінг активно використовується для створення ексклюзивних ліній та підвищення преміальності. Такі бренди, як Maison Margiela (з їхньою лінійкою «Artisanal»), використовують цей метод для створення унікальних, неповторних продуктів, доводячи, що апсайклінг є джерелом безмежної креативності, а не обмеженням дизайну [1]. Навіть великі гравці, такі як Levi's (завдяки партнерствам та спеціальним колекціям), впроваджують програми, де вживаний одяг ремонтується, налаштовується або повністю переробляється, що свідчить про масштабованість цієї бізнес-моделі [2]. На противагу промислового підходу Levi's, Hodačková демонструє, як апсайклінг може стати симфонією креативності, перетворюючи повсякденні відходи на високе мистецтво.

1. Стратегія креативної деконструкції та перевизначення (Нішевий люкс): Bode та Re/Done. Бренд Bode (США) використовує апсайклінг для формування нової естетики чоловічого розкішного одягу, застосовуючи антикварний текстиль, квіти та вінтажні рушники. Їхня стратегія зосереджена на збереженні історичної цінності та ручній роботі, що забезпечує високу преміальність та унікальну ідентичність. На відміну від цього, Re/Done сфокусувався на масштабуванні апсайклінгу шляхом деконструкції вінтажних джинсів

Levi's для створення нових, модернізованих силуетів. Вони перетворили апсайклінг з арт-процесу на комерційно успішний промислово-креативний підхід.

2. Використання промислових та нетрадиційних відходів (Технічний апсайклінг): RÆBURN. Британський бренд RÆBURN є яскравим прикладом технічного апсайклінгу. Вони спеціалізуються на перетворенні військового надлишкового матеріалу (наприклад, парашутів, військових наметів) на функціональний та сучасний одяг. Їхня філософія "RÆMADE" підкреслює мінімізацію відходів та максимізацію довговічності. Такий підхід використовує унікальні технічні характеристики оригінальних матеріалів, додаючи продукту високу функціональну цінність, що відрізняє їх від брендів, які фокусуються виключно на естетичній складовій.

3. Експериментальний високий дизайн (Концептуальний апсайклінг): Marine Serge. Бренд Marine Serge зробив апсайклінг ("Regenerated" лінія) частиною своєї ДНК на рівні високої моди. Вони відомі тим, що використовують відходи, такі як старі футболки, вінтажні шарфи та постільна білизна, для створення авангардних, концептуальних колекцій. Їхній підхід демонструє, що апсайклінг може бути двигуном інновацій у дизайні та ефективно інтегруватися в систему високого ціноутворення. На відміну від Bode, який зберігає "історію" матеріалу, Marine Serge часто радикально трансформує його, створюючи щось абсолютно нове.

4. Інтеграція апсайклінгу в національну ідентичність (Локальний культурний апсайклінг): KSENIASCHNAIDER та RCR Khomenko. В Україні апсайклінг набув особливого значення, ставши формою не лише екодизайну, а й культурної рефлексії та ресурсозбереження. Вітчизняні дизайнери активно використовують цей метод для створення колекцій. Наприклад, такі українські бренди, як KSENIASCHNAIDER або RCR Khomenko, стали відомими завдяки використанню апсайклінгу джинсів та інших матеріалів. Вони доводять, що цей метод дозволяє формувати унікальний, впізнаваний стиль [1]. В Україні апсайклінг демонструє, як він може бути частиною національної ідентичності та відповіддю на зовнішні виклики, оскільки дизайнери переосмислюють старий одяг або навіть військову форму [3].

Цей розширений аналіз кейсів підтверджує, що апсайклінг є багатогранною стратегією: від нішевої розкоші (Bode) та технічної функціональності (RÆBURN) до авангардного дизайну (Marine Serge) і комерційного перевизначення (Re/Done). Його інноваційно-екологічний потенціал полягає не лише у скороченні відходів, але й у здатності генерувати унікальну цінність, що є ключовим елементом циркулярної економіки.

Висновок. Проведене дослідження підтвердило, що апсайклінг є не просто дизайнерською технікою, а ключовою інноваційною стратегією циркулярної економіки. Проведений аналіз дав можливість чітко розмежувати поняття, довівши, що апсайклінг підвищує цінність

матеріалу, на відміну від ресайклінгу, який прагне її зберегти. Аналіз кейсів міжнародних (Maison Margiela, Bode, Marine Serre та ін.) та українських (KSENIASCHNAIDER, RCR Khomenko) брендів підтвердив, що апсайклінг є масштабованою та креативною бізнес-моделлю. Його інноваційно-екологічний потенціал полягає у значній мінімізації відходів, ресурсозбереженні та активному впливі на формування свідомого споживання через пропозицію унікальних та довговічних виробів.

Таким чином, апсайклінг є не лише екологічно відповідальним вибором, але й потужним двигуном інновацій, що перетворює відходи на джерело креативної та економічної цінності в умовах циркулярної економіки.

Література

1. Войченко Є., Лозовенко С. Циркулярна економіка як парадигма сталого розвитку індустрії моди // Scientific Exploration: Bridging Theory and Practice : Collection of Scientific Papers with the Proceedings of the 4th International Scientific and Practical Conference, July 7–9, 2025. Berlin, Germany : European Open Science Space, 2025. С. 141–148.
2. Литвиненко, Н., Вороніна, М., Лавренюк, О. (2022). Вторинне використання матеріалів у дизайні одягу / Н. Литвиненко, М. Вороніна, О. Лавренюк // Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство. 2022. № 47. С. 177–185.
3. Чупріна Н.В., Сусук М.Б. (2014). Апсайклінг та його визначення як напряму екодизайну в сучасній індустрії моди // Вісник ХДАДМ. 2014. № 3. С. 38–41.
4. Висоцька В. Апсайклінг в дизайні: рефлексія на події військового часу в Україні / В. Висоцька, Т. Кротова // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року. У 2-х т. Т. 1. Київ : КНУТД, 2023. С. 172-175.

УДК

687.17:623.4

**ГАЛИНА ОЛІЙНИК, АЛЛА РУБАНКА, НАТАЛІЯ
 ОСТАПЕНКО, КАТЕРИНА ТАРАСОВА**
 Київський національний університет технологій та
 дизайну, Україна

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ БАГАТОШАРОВИХ СИСТЕМ ВІЙСЬКОВОГО ОДЯГУ

Мета. Проаналізувати існуючі закордонні багатошарові системи військового одягу, систематизувати їх структуру, кількість шарів, виокремити їх експлуатаційні особливості, переваги та недоліки.

Ключові слова: захисний одягу, адаптивність, комплектність.