

¹Галавська Г. О., ²Олефіренко М. М., ²Масюк А. І., студентки бакалавріату,
²Дзикович Т. А., к.т.н., доц.

¹Національний авіаційний університет, Україна

²Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

АПСАЙКЛІНГ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ БІЗНЕС У ВИРШЕННІ ПИТАННЯ УТИЛІЗАЦІЇ ВЕРХНЬОТРИКОТАЖНИХ ВИРОБІВ

Анотація. Робота присвячена вирішенню питання переробки верхньотрикотажних виробів, що виготовлені зі змішаної пряжі з вмістом синтетичних волокон. Виявлено, що апсайклінг як соціальний бізнес є дієвим інструментом відповідального споживання предметів одягу та перетворення вживаних речей у нові функціональні вироби. Реалізація технології апсайклінгу дозволяє вирішити, з одного боку, екологічну проблему, пов'язану з утилізацією старих трикотажних виробів, а з іншого боку соціальну, пов'язану з допомогою безпритульним тваринам, які постраждали внаслідок війни в Україні.

Ключові слова: утилізація трикотажу; переробка трикотажу; апсайклінг; соціальний бізнес.

¹Halavska H. O., ²Olefirenko M. M., ²Masyuk A. I., ²Dzykovych T. A.

¹National Aviation University, Ukraine

²Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

UPCYCLING AS A SOCIAL BUSINESS IN SOLVING THE ISSUE OF DISPOSAL OF OUTER KNITTED PRODUCTS

Abstract. The work is devoted to solving the issue of processing knitted outerwear made from mixed yarn with synthetic fibers. It was found that upcycling as a social business is an effective tool for the responsible consumption of clothing items and the transformation of used items into new functional products. The implementation of the upcycling technology allows solving, on the one hand, the environmental problem associated with the disposal of old knitwear, and on the other hand, the social problem associated with helping homeless animals who suffered as a result of the war in Ukraine.

Keywords: utilization of knitwear; recycling of knitwear; upcycling; social business.

Вступ. З початком повномасштабної війни перед Україною постає чимало нових випробувань і проблем економічного, соціального й екологічного характерів. Тож, у розрізі цих жахливих подій важливим є пошук дієвих рішень та інструментів для їхнього подолання, одним з яких наразі виступає соціальний бізнес. Цей вид підприємницької діяльності відрізняється від класичної моделі, оскільки в його основі лежить альтруїстична мета подолати соціальні проблеми, залучивши грошові потоки завдяки певній діяльності. Саме тому питання соціального підприємництва в умовах воєнного стану є безперечно актуальним і потребує підтримки зі сторони небайдужого населення та держави з метою його подальшого розвитку.

Перш за все, для чіткого розуміння сутності соціального підприємництва варто усвідомлювати його різницю із соціально відповідальним бізнесом. Слід пам'ятати, що не кожне підприємство є соціальним, проте кожне може бути соціально відповідальним. Основна різниця між цими поняттями відображається у тому, що соціально відповідальний бізнес на першому місці основною ціллю вбачає забезпечення певних потреб споживачів й отримання прибутку. Разом з цим усвідомлює важливість його соціальної складової, відповідності його діяльності цілям сталого розвитку та прихильності зі сторони суспільства, що досягатиметься таким чином [1].

Незважаючи на чітку сутність та унікальність соціального бізнесу, а також його зрілий стан розвитку в межах України, наразі цей вид діяльності не є узаконеним. Тобто його не існує в юридичній площині. Власне це виступає основною перешкодою в подальшому розширенні сфери українського соціального бізнесу завдяки залученню коштів іноземних інвесторів. Наразі є нагальна потреба у його легалізації та єдиному трактуванні в межах правового поля. В кінцевому рахунку розвиток соціального підприємництва сприятиме економічному зростанню держави, адже забезпечуватиме додаткову підтримку, якої потребує суспільство на різних рівнях в умовах війни [2].

Основні проблеми, що полонили своїми масштабами з початком війни, проявлялись у масовому безробітті та соціальній незахищеності різних верств населення [3]. Тому реалізація соціального бізнесу є одним з шляхів подолання економічної кризи в умовах обмеженості сировинних ресурсів внаслідок порушення логістичних зв'язків, забезпечення людей робочими місцями та вирішення певних соціальних та екологічних проблем людства.

Постановка завдання. Однією з суттєвих екологічних проблем українського суспільства є безвідповідальне споживання предметів одягу. Мода характеризується своєю швидкоплинністю. Намагаючись рухатись в ногу з модними тенденціями, ми інколи не встигаємо бодай декілька сезонів носити той чи інший предмет одягу. Зокрема, верхньотрикотажні вироби, які вже втратили свою привабливість з позицій трендів у моді, доволі часто залишаються у гарному стані, оскільки для їх виготовлення використовують зазвичай змішану пряжу з вмістом синтетичних волокон, які покращують їх зносостійкість та тривкість пофарбування.

Зміни в моді спонукають виробників до створення все нових і нових верхньотрикотажних виробів, на які витрачаються людські, енергетичні та сировинні ресурси. Таким чином продукується надлишок трикотажної продукції, яка швидко стає не привабливою, але ще може продовжувати свій життєвий цикл у новій формі. Виникає питання: чому ж нам не використати ці речі повторно і не дати їм нове дихання? Якщо ми не будемо ставитися до цього питання сьогодні відповідально, то екологічні проблеми, породжені нашим байдужим ставленням, змусять нас зробити це примусово. Ми маємо усвідомлювати, що все, що ми виробляємо, ми мусимо якісно утилізувати або ж перетворити у нові речі.

Результати досліджень. Апсайклінг – це не просто переробка текстильних відходів, а виготовлення зі старих речей, що не втратили своїх якісних характеристик, нових модних та корисних виробів. Дана технологія передбачає саме повторне використання вживаних речей, що обумовлено надлишками виробництва та необхідністю вирішення питання щодо зменшення кількості відходів, що зважають шкоди довкіллю. Слово «апсайклінг» англійського походження (upcycling – вторинне використання) і трактується як творче перевтілення відходів у витвори мистецтва, побутові вироби, одяг, аксесуари тощо. Важливим є те, що створені нові речі за своїми естетичними та функціональними характеристиками перевершують вихідний матеріал. Водночас на відміну від процесу переробки відходів у вторинну сировину технологія апсайклінгу не потребує значних додаткових виробничих витрат: людських та енергетичних ресурсів [4].

Слід зазначити, що практика пристосування старих речей не має певної дати винаходу, а супроводжує людство впродовж усієї його історії. Іронія полягає у тому, що раніше реалізація технології апсайклінгу була обумовлена здебільшого нестачею чогось, а у сучасному суспільстві навпаки популярна через надмірну кількість речей у побуті та відходів. Наприклад, для людей, яким довелося жити в умовах дефіциту товарів, апсайклінг (хоч його так ніхто не називав) був знайомим, але вимушеним явищем.

Дістати певні речі було непросто, тож завдяки вмілим рукам майстрів-винахідників з'явилися нові, інколи навіть більш функціональні та привабливі [5, 6].

Апсайклінг також пов'язаний з поняттям свідомої екологічної моди (sustainable fashion), яка протиставляється «швидкій моді» (дешевий одяг низької якості, трендові речі на один раз). Як свідчать дані Environmental Protection Agency понад 66% текстильних відходів потрапляє на смітник, де в подальшому розкладається десятки років та завдає шкоди довкіллю. Наразі тренд дбайливого ставлення до природи набирає все більших обертів і проникає у різноманітні сфери людської життєдіяльності. Завдяки широким можливостям мати прибуток при одночасній економії ресурсів та разом з тим вирішувати екологічні проблеми людства апсайклінг як соціальний бізнес стає все більш популярним [7]. Загроза людству від текстильних відходів стає все більш масштабною, оскільки сучасна мода надзвичайно швидкоплинна, споживачі купують вдвічі більше одягу, ніж 20 років тому, а носять його вдвічі менше. Багато трикотажних виробів взагалі затримуються у наших шафах лічені тижні – до першої затяжки чи дірки. Щорічно середньостатистичний житель нашої планети викидає 32 кг одягу та взуття. За підрахунками Агентства з охорони навколишнього середовища США, з 1960 року кількість текстильного сміття у світі збільшилась на 811%, а фешн-індустрія вже офіційно визнана другим за величиною забруднювачем довкілля після нафтогазової промисловості.

Теоретично підлягає переробці весь одяг, але внаслідок недбайливого ставлення на переробку потрапляє лише 15%, все інше опиняється на смітниках. Передача вживаних трикотажних виробів до секонд-хендів не гарантує їх «друге життя», а лише подовжує шлях лівової частини ношених трикотажних виробів, які не знайшли свого нового господаря до звалища (рис. 1).



Рис. 1. Наслідки безвідповідального споживання предметів одягу

На нашу думку, саме апсайклінг як соціальний бізнес може вирішити питання утилізації трикотажних виробів, зокрема виготовлених з синтетичних видів сировини. Апсайклінг ще кілька років тому був мало кому відомим напрямком в індустрії моди. А сьогодні – це соціальне підприємництво, яке побудоване на використанні у якості сировинних ресурсів старих предметів одягу, зокрема трикотажних виробів. Таким чином, наш бізнес проект у першу чергу вирішує екологічне питання утилізації вживаних виробів з текстилю. Адже нешкідливі на перший погляд старі речі, одяг, які ніхто не носить, можуть завдати шкоди екосистемі. При біорозкладенні натуральних волокон в повітря виділяється вуглекислий газ і метан. Якщо ж на звалища потрапляють вироби з синтетичних текстильних матеріалів, в ґрунт, підземні води і атмосферу виділяються отруйні речовини. Процес утилізації текстильних відходів досить складний. Речі, які підлягають переробці проходять ретельну дезінфекцію. Текстильні відходи, що не підлягають переробці проходять знищенню з використанням безпечних для навколишнього середовища технологій [8].

З іншого боку, соціальна складова реалізації запропонованого соціального бізнесу підсилюється зростанням кількості безпритульних домашніх тварин, які втратили своїх господарів внаслідок війни. Слід також відзначити, що наявність великої кількості домашніх улюбленців в родинях українців обумовлена пандемією, коли люди досить тривалий відрізок часу вимушені були залишатися вдома, що й спонукало їх завести домашню тварину. Тікаючи від війни закордон, люди не завжди мали можливість забрати своїх улюбленців з собою. Тому ці тварини у кращому випадку потрапили до інших господарів або притулків, а у гіршому – стали безпритульними.

Нами пропонується ідея виготовлення з вживаних верхньотрикотажних виробів лежаків для домашніх тварин. Такі вироби пересічні українці можуть передавати для подальшої переробки добровільно. Для цього необхідно розмістити поруч із житловими будинками бокси для збору таких речей. З метою подальшого їх використання слід передбачити приміщення для їхнього сортування та дезінфекціонування шляхом обробки спеціальними миючими засобами у пральній машині.

Технологія виготовлення такого лежачка досить проста. Додатково потрібно мати декоративну подушку та паралон у якості наповнювачів лежачка. Технологічний процес виготовлення не потребує особливих професійних навичок. На рис. 2 представлено схему одержання такого лежачка. Враховуючи той факт, що спальне місце для тварин швидко забруднюється, слід передбачити у конструкції лежачка блискавку для з'єднання деталей бортика на сидіння. Це дозволить здійснювати багатократне прання виробу без наповнювача.



Рис. 2. Схема процесу виготовлення лежачка для тварин у техніці апсайклінг з трикотажного джемпера

Створені лежаки можуть йти на продаж. Якщо співставити за ціною політикою вартість нового лежачка (понад 1000 грн.) та лежачка, отриманого внаслідок використання старих трикотажних виробів, лежак, виготовлений з використанням запропонованої нами технології у 3 рази дешевший. Впровадження у виробництво лежаків для домашніх тварин (котів, собак) із застосуванням технології апсайклінгу дозволить отримати прибуток до 400 тис. грн. на рік за умови виготовлення та реалізації 1000 шт. Тому у рамках такого соціального бізнесу виготовлені вироби можуть частково передаватися у рамках благодійних акцій притулкам для тварин. На рис. 3 наведені фото, які демонструють створений лежак в умовах експлуатації домашніми улюбленцями.



Рис. 3. Приклад використання лежачка у домашніх умовах.

Висновки. В умовах війни запропонований соціальний бізнес не потребує значних виробничих ресурсів, може забезпечити людей робочими місцями та вирішити соціальну проблему щодо підтримки безпритульних тварин та екологічну шляхом відповідального споживання й продовження життєвого циклу старих верхньотрикотажних виробів. Незважаючи на те, що наш бізнес є соціальним та основною метою вбачає подолання екологічної проблеми, це не суперечить його прибутковості. Даний висновок ґрунтується на аналізі ринку товарів даної асортиментної групи та зроблених відповідних розрахунках собівартості запропонованих нами виробів. Завдяки сьогоденним тенденціям до благодійності, що проявляється зі сторони українського населення можна розраховувати на реалізацію 1000 виробів у перший рік та прибутковість запропонованого бізнес-проекту у розмірі 400 тис. грн.

Список використаної літератури

1. Війна як каталізатор соціального підприємництва. URL: <https://lvbs.com.ua/news/vijna-yak-katalizator-sotsialnogo-pidpryyemnyctva-artem-kornetskyj-vykladach-lvbs/>
2. Соціальне підприємництво як відповідь суспільства на соціальні потреби. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vdpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi.
3. Акчасова О. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37.
4. Чупріна Н. В., Суєук М. Б. Апсайклінг та його визначення як напрямку екодизайну в сучасній індустрії моди. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2014. № 3. С. 38–41.
5. Єжова О. В., Суворкіна Г. Є., Красенко О. В., Мельничук Е. В. Дизайн-проекування колекцій одягу за напрямом апсайклінг. *KyivTex&Fashion*. Київський національний університет технологій та дизайну, 2020.
6. Pashkevych, K. L., Khurana, K., Kolosnichenko, O. V., Krotova, T. F., Veklich, A. M. (2019). Modern directions of eco-design in the fashion industry. *Art and design*, 4: 9–20. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2019.4.1>.
7. Гришко І. Г. Апсайклінг як інструмент бізнесу та свідомого споживання. Редакційна колегія, 2021. 211 с.
8. Єліна Т. В., Дзикович Т. А., Галавська Л. Є. Шляхи вирішення проблеми вторинної переробки пряжі з верхніх трикотажних виробів. *Стан і перспективи розвитку хімічної, харчової та парфумерно-косметичної галузей промисловості*. Херсонський національний технічний університет, 2019.