

**Гришко І. Г.**, здобувачка вищої освіти 2 курсу, група МР-191  
Науковий керівник – к.н.держ.упр. **Вербицька А. В.**  
*Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)*

## **АПСАЙКЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ БІЗНЕСУ ТА СВІДОМОГО СПОЖИВАННЯ**

Ведення ефективного бізнесу – це комплексний системний процес, який вимагає капіталовкладень, постійного розроблення та тестування нових механізмів розвитку, можливості пристосування до змін, потребує дослідження тенденцій ринку. На сучасному етапі розвитку бізнес повинен бути не лише прибутковим, але й соціально відповідальним, поєднувати екологічні та економічні вигоди з точки зору раціонального використання ресурсів. Одним із новітніх інструментів бізнесу, який вміщує в собі всі ці принципи є апсайклінг.

Апсайклінг – це процес виготовлення нових речей на основі повторного використання вживаних. Цей підхід дозволяє зменшити виробництво і його вплив на зміни клімату, а також скоротити кількість відходів і ресурсів, які йдуть на їхню переробку. Апсайклінг можна розуміти як метод продовження життєвого циклу продукції за рахунок повторного використання та переробки виробів у замкнених циклах, що дає можливість по-новому поглянути на використання речей [1].

Апсайклінг є популярним у країнах Європейського Союзу, де можна знайти різноманітні магазини, в яких представлено широкий асортимент виробів із різних матеріалів, які виготовлені за технологією апсайклінгу. Останнім часом ця тенденція набуває поширення і в Україні. Українські дизайнери Ю. Кордюкова (засновниця бренду «UliUlia»), А. Тесло (дизайнер бренду Rehash), О. Звонарев (співзасновник бренду «Remade») та багато інших творчих людей створили унікальну колекцію речей за технологією апсайклінгу. Інші вітчизняні бренди також використали у своєму бізнесі підхід надання старим речам «другого життя». Так, за принципом апсайклінгу, використані пляшки перетворюються на оригінальне освітлення (бренд «SLightStone») або ексклюзивний посуд (бренд «Resize»), а із сорочок та курток, які вже не носять, виготовляють дизайнерські блокноти. Іншим прикладом є український бренд взуття «HiLegs», який пропонує клієнтам відновити застаріле чоловіче та жіноче взуття будь-якої марки та обміняти на нове взуття зі знижкою. Таких прикладів у світі поступово стає все більше. Наприклад, у Грузії, Кенії, Чилі, Південній Кореї та Новій Зеландії використання поліетиленових пакетів повністю заборонено. У Європейському Союзі пластикові соломки, що використовуються для напоїв, посуду та надувних кульок, повинні бути видалені з виробництва до 2021 року, а 90% пластикових пляшок повинні бути перероблені в Європейському Союзі до 2025 року [2].

Головна мета апсайклінгу - запобігти витрачання потенційно корисних матеріалів, використовуючи існуючі, в тому числі і в галузі виробництва одягу, взуття та аксесуарів. За даними «Greenpeace», щорічно в світі виробляється 400 мільярдів метрів квадратних одягу та аксесуарів, у тому числі 60 мільярдів метрів квадратних викидається протягом року. Найбільш гостра ситуація в сегменті мас-маркету, де кожні два тижні колекції оновлюються, а одяг виробляється низької якості з метою прискорення цикл «купив-викинув». Так з'явилося поняття «швидка мода» (або «fast fashion»), що перетворило модну індустрію на другий за обсягом забруднювач навколишнього середовища. На виготовлення одягу та аксесуарів витрачаються колосальні обсяги ресурсів: води, електроенергії, нафти та вугілля. За даними «Global Footprint Network» за рік на виробництво одягу витрачається стільки ресурсів, скільки може бути відновлено тільки за півтора року. Наприклад, щоб виготовити

одну футболку потрібно 2700 літрів води, що в три рази перевищує річну норму споживання води однією людиною [3].

Разом із тим кількість перероблених товарів у світі поступово зростає, що відображає підвищений інтерес до екологічно чистих продуктів, особливо до тих, які оцінюються на доступному рівні та виявляються вигідними для виробників. Але навіть такий, на перший погляд, позитивний інструмент бізнесу, як апсайклінг має свої недоліки. В окремих випадках для повторного використання викинутого товару, наприклад, вживаного одягу, потрібна невелика кількість енергії. В інших випадках - енергія, необхідна для відновлення матеріалів, перевищує енергію, необхідну для обробки первинного матеріалу. Зниження кількості матеріалів відбувається, коли або неможливо, або неекономічно відновити матеріали до їх первісної якості, наприклад, коли ковани сплави алюмінію плавляться для отримання сплавів лиття нижчого класу. Утилізація матеріалів у термодинамічному сенсі можлива лише за умови додавання ще більше енергії для підвищення якості матеріалу. Два керівні запитання, які слід задати при оцінці видобутку відходів або матеріалів:

- скільки енергії потрібно для відновлення матеріалу до бажаного стану або виготовлення продукту;

- як ця кількість порівнюється з отриманням бажаного матеріалу чи продукту від незайманої сировини чи першоджерела [4].

Таким чином, виробництво одягу є забруднювачем довкілля та зазвичай означає викид шкідливих речовин у воду та повітря. Апсайклінг є інструментом відповідальності бізнесу за навколишнє середовище та відповідальності покупця за усвідомлене споживання - не купувати понад міру або не викидати, а створювати натомість абсолютно нові товари з існуючих матеріалів. У глобальній перспективі апсайклінг сприяє зменшенню викидів вуглекислого газу не лише за рахунок того, що термін служби використовуваних матеріалів продовжується, але й тому, що це, в кінцевому рахунку, сприяє зменшенню викидів вуглецю за рахунок продовження терміну експлуатації використовуваних матеріалів, компонентів та виробів, а також витрачаючи менше енергії на видобуток та переробку.

#### Список використаних джерел

1. Павліченко Т. Апсайклінг - що це? 5 ідей для спільної творчості дітей і батьків [заголовок з екрану]. Нова українська школа. URL: <https://nus.org.ua/articles/apsajkling-shho-tse-5-idej-dlya-spilnoyi-tvorchosti-ditej-i-batkiv/>.
2. Апсайклінг: мистецтво перетворення відходів [заголовок з екрану]. Times ZT Веб-сайт. URL: <https://times.zt.ua/apsayklinh-mystetstvo-peretvorennia-vidkhodiv/>.
3. Fast Fashion: The Second Largest Polluter in The World. Greenmach. URL: <https://www.greenmatch.co.uk/blog/2016/08/fast-fashion-the-second-largest-polluter-in-the-world>.
4. Wang J. Upcycling Becomes a Treasure Trove for Green Business Ideas [заголовок з екрану]. *Entrepreneur Magazine*. URL: <https://www.entrepreneur.com/article/219310>.