

УДК 338

УСТОЙЧИВЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ В FASHION-ИНДУСТРИИ: РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПОВ SLOW FASHION, АПСАЙКЛИНГА НА ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКИХ БРЕНДОВ**А.В. ТИХОЛАЗ****(Представлено: Е.А. КОСТЮЧЕНКО)**

В статье исследуются альтернативные бизнес-модели глобального экологического кризиса, вызванного индустрией «быстрой моды». Были проанализированы бизнес-модели таких брендов, как «GEST», «Iriskin» и «Л У К И Н А». Определены ключевые факторы их устойчивости, а также основные барьеры для развития, включая высокую трудоемкость и сложности с масштабированием. В результате исследования были сделаны выводы о том, что несмотря на вызовы, белорусские бренды успешно формируют новые ценностные предложения для растущей аудитории осознанных потребителей.

Ключевые слова: циркулярная экономика, устойчивое развитие, slow fashion, апсайклинг, белорусские бренды.

В Беларуси большинство крупных компаний заботятся об экологии с помощью ресайклинга: когда вещь создается из переработанного сырья. Например, компания Mark Formelle создала капсульную коллекцию одежды из переработанного пластика. При ее создании было использовано 6 тонн переработанного пластика – это более 150 тыс. бутылок объемом 1,5 л. Это первый опыт производства одежды для масс-маркета в Беларуси. Содержание пластика в одежде составляет 20%. Коллекция появилась в продаже 1 марта 2021 года. [1]. Компания «Белвторполимер» из отходов пластика делает трубы, пленки, плитку, люки и многое другое [2]. Однако в последнее время появляется все больше тех, кто специализируется на апсайклинге. Белорусские дизайнеры-апсайклеры создали целое сообщество, чтобы продвигать экологичную моду.

Апсайклинг (от англ. Upcycling) пер. «повторное использование», «переработка» вторичное использование, утилизированных предметов с целью преобразования их в изделия, способные к использованию в другом качестве. Базовым материалом для апсайклинга служит утильсырье: текстиль, дерево, пластик, стекло и т.д. [3, с. 157].

Медленная мода (Slow Fashion) – это социально-культурный феномен, возникший в 2007 году как реакция на индустрию Fast Fashion, характеризующийся сознательным отказом от перепотребления, стремления к трендам и поверхностному потреблению. Он предполагает бережное отношение к одежде, при котором потребитель становится активным участником производственно-потребительского цикла, стремясь к долговечному использованию вещей, их переработке и сохранению, опираясь на принципы экологичности, этичности и рационального расходования ресурсов [4].

Принципы медленной моды включают [4]:

1. Выбор «долгих трендов»: классические вещи (костюм, джинсы, тренч) сохраняют актуальность десятилетиями, при этом важны качество материалов и посадка.
2. Инвестиции в люкс: изделия из ограниченных коллекций сохраняют ценность и могут приносить доход при перепродаже.
3. Винтаж и повторное использование: возвращение старых вещей в оборот снижает нагрузку на производство и подчёркивает индивидуальность.
4. Экологичные бренды: предпочтение компаниям, использующим биоразлагаемые материалы и минимизирующим вред для окружающей среды.
5. Переработка: переделка старых вещей – наиболее экологичный способ продления их жизни, особенно в локальных мастерских.
6. Поддержка локального производства: способствует развитию региональной экономики и этичным трудовым отношениям.
7. Сокращение логистических затрат: минимизация упаковки и транспортировки снижает экологический след.
8. Уход: придание нового смысла старым вещам, своевременный ремонт и бережное отношение продлевают срок службы одежды.

Быстрая (Fast Fashion) и медленная (Slow Fashion) мода представляют собой модели функционирования модной индустрии. Fast Fashion ориентирована на максимизацию прибыли за счёт ускоренного производства и сбыта одежды, зачастую игнорируя экологические последствия и права работников. В противоположность ей, концепция Slow Fashion формирует устойчивую модель, предполагающую экологически безопасное производство, справедливые условия труда и высокое качество изделий. Несмотря на распространённое мнение о высокой стоимости медленной моды, её долговечность и сниженная частота замены одежды делают её экономически оправданной в долгосрочной перспективе. Более того, продукция экологичных брендов зачастую оказывается доступнее, чем дизайнерские изделия, не всегда соответствующие заявленному качеству [5].

Бренд GEST существует около четырех лет. Дипломным проектом дизайнера Ксении Гесть была коллекция одежды из остатков ткани. Спустя два года после завершения дипломного проекта, дизайнер одержала победу в экологическом конкурсе, организованном Белорусской палатой моды, представив инновационную коллекцию женских платьев, созданных посредством редизайна мужских рубашек. Осенью 2019 года ею была анонсирована коллекция сезона весна–лето 2020, концептуально основанная на тех же принципах устойчивого дизайна и вторичного использования текстильных изделий (рисунок 1). Все изделия коллекции созданы из хлопковых бывших в употреблении товаров мужских рубашек, брюк, остатков тканей от производства. Коллекция демонстрирует отказ от быстрой моды. Производственный процесс включает трудоёмкие этапы: сбор, сортировку и подготовку одежды-сырья, что принципиально отличает технологию от традиционного пошива [6].



Рисунок 1. – Коллекция бренда «GEST» [6]

Артур Дубовик – основатель и идейный вдохновитель бренда «Iriskin». Под его руководством Iriskin позиционируется как современный бренд, ориентированный на качество, естественность и индивидуальность, что отражается как в философии компании, так и в её продуктах. Апсайклинг стал ключевой идеей бренда. Его подход заключается в том, чтобы превращать отслужившие материалы – баннеры, автомобильные тенты, пакеты и даже секонд-хенд одежду. Такой метод не только снижает количество отходов, но и придаёт каждому изделию уникальность: ни одна сумка или рюкзак не повторяет другой. Iriskin активно сотрудничает с компаниями, которые передают свои рекламные баннеры для переработки, а взамен получают мерч с экологическим акцентом. За несколько лет работы бренд переработал сотни килограммов вторсырья, доказав, что апсайклинг может быть не просто трендом, а устойчивой бизнес-моделью, объединяющей экологию, креатив и практичность [7].

Бренд «Л У К И Н А», основанный дизайнером Алёной Лукиной, представляет собой пример внедрения принципов устойчивого развития в индустрию моды посредством апсайклинга (рисунок 2). Основопологающей концепцией бренда является использование исключительно уже существующих ресурсов: переработанных материалов, производственных остатков и бывшей в употреблении одежды. Такой подход направлен на минимизацию негативного воздействия текстильной промышленности на окружающую среду, включая сокращение потребления воды, энергии и топлива, а также уменьшение объёмов текстильных отходов.

В отличие от практик fast fashion, формирующих у потребителей модель избыточного и краткосрочного потребления, бренд акцентирует внимание на долговечности изделий и их культурной значимости. Визуальная концепция коллекций строится на балансе между современными тенденциями и традиционными белорусскими мотивами, включая использование национальной вышивки и орнаментов [8].

Кроме того, реализация принципов slow fashion и апсайклинга предполагает формирование новой потребительской культуры, основанной на осознанном потреблении. Белорусские бренды, рассмотренные в исследовании, не только предлагают экологичную продукцию, но и активно вовлекают своих клиентов в дискурс устойчивого развития через социальные сети, мастер-классы и коллаборации. Это способствует росту экологической грамотности населения и укреплению лояльности к брендам, чья философия совпадает с ценностями потребителей.

Одним из значительных препятствий для дальнейшего развития подобных бизнес-моделей остается ограниченность сырьевой базы. В отличие от массового производства, которое применяют стандартизированные материалы, апсайклинг зависит от нерегулярных поставок уникальных вторсырьевых материалов, что создает сложности в планировании ассортимента и объемов выпуска. Кроме того, высокая доля ручного труда и уникальность каждого изделия обуславливают премиальную цену, что сужает потенциальную аудиторию и ограничивает возможности масштабирования бизнеса.



Рисунок 2. – Коллекция бренда «Л У К И Н А» [8]

Потенциал развития устойчивых бизнес-моделей в Беларуси представляется значительным. Рост интереса к локальному производству, уникальности изделий и экологичности создает благоприятную среду для нишевых брендов. Дальнейшая институциональная поддержка, включая образовательные программы в сфере устойчивой моды и развитие инфраструктуры для сбора и сортировки текстильных отходов, могла бы способствовать преодолению существующих барьеров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Save the planet. Мы выпустили новую «капсулу» – с переработанным пластиком в составе! [Электронный ресурс]. – Минск, 2021. – Режим доступа: https://markformelle.by/klub-mf/blog/save_the_planet/?CITY_ID=3239. – Дата доступа: 25.09.2025.
2. О компании «Белвторполимер» [Электронный ресурс]. – Гродно, 2021. – Режим доступа: <https://belvtorpolimer.by/?ysclid=mg58ij37kf519487127>. – Дата доступа: 25.09.2025.
3. Соломатина А.С. Апсайклинг – авторский приём экопереработки в дизайне, экологические проблемы региона и пути их разрешения / А.С. Соломатина, А.С. Соломатина – Омск, 2018. – 157 с.
4. Из обладателя в потребителя [Электронный ресурс]. – Москва, 2024. – Режим доступа: <https://etnoecho.ru/ru/blog/iz-obladatelya-v-potrebitelya/?ysclid=mgcmj8f7ny52561674>. – Дата доступа: 03.10.2025.
5. Быстрая мода против медленной моды [Электронный ресурс]. – Германия, 2020. – Режим доступа: <https://sanvt.com/blogs/journal/fast-fashion-vs-slow-fashion>. – Дата доступа: 03.10.2025.
6. Ksenia Gest [Электронный ресурс]. – Минск, 2019. – Режим доступа: <https://bfw.by/ru/designers/54307/>. – Дата доступа: 25.09.2025.
7. «А что, если»: как белорус создал бизнес на изделиях из баннеров и пакетов [Электронный ресурс]. – Минск, 2024. – Режим доступа: https://tochka.by/articles/life/a_chno_esli_kak_belorus_sozdal_biznes_na_izdeliyakh_iz_bannerov_i_paketov/?ysclid=mg5hien8ad884084046. – Дата доступа: 25.09.2025.
8. Между городом и природой [Электронный ресурс]. – Минск, 2021. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/iriskin.ecolab>. – Дата доступа: 25.09.2025.