УДК 658.567

Доповіді розроблено в рамках Модулю Жана Моне Європейські практики із зеленої трансформації: уроки для України Проєкт 101085135-EUGREEN.
Проєкт співфінансується Європейським Союзом, проте висловлені погляди та думки належать лише авторам цього проєкту і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з питань освіти та культури. Ні Європейський Союз, ні грантодавець не можуть нести за них відповідальність.

Чала Вероніка
д.е.н., проф.
Видай Дар'я
PhD-студентка
кафедра Економічної теорії та міжнародних економічних відносин
ННІ «Придніпровська державна академія будівництва і архітектури»
м. Дніпро, Україна

ВІД ТЕКСТИЛЮ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ЯК H&M ПРОСУВАЄ ЦИРКУЛЯРНУ ЕКОНОМІКУ В ШВЕЦІЇ

Анотація: У статті аналізується досвід компанії H&M у впровадженні принципів циркулярної економіки в текстильній галузі Швеції. Розглядаються інноваційні підходи до переробки матеріалів, зниження відходів та сприяння сталому розвитку. Особливу увагу приділено впливу цих ініціатив на екологічну свідомість споживачів.

Ключові слова: *циркулярна економіка, кругова екосистема, екологічні інвестиції, сталий розвиток, реконструкція.*

Переходячи до кругової екосистеми, ми можемо вирішити деякі з найбільших проблем, з якими зараз стикається наша планета, такі як зміна клімату та втрата біорізноманіття. Десятиліттями текстильна галузь працювала за лінійним принципом: брала, створювала та витрачала. У H&M Group прагнуть зменшити залежність від первинних матеріалів, досягаючи більшого з меншими витратами та створюючи кругову екосистему, щоб підтримувати циркуляцію продуктів і матеріалів найвищої цінності. Шведську компанію H&M було обрано критичним випадком для цього дослідження з трьох причин.

По-перше, компанія H&M протягом тривалого часу є лідером практики сталого розвитку у світовій індустрії одягу та прийняла циркулярну економіку як засіб досягнення сталого розвитку.

По-друге, компанія прагне зосередитися на всіх видах діяльності, запропонованих у моделі циркулярної економіки, що полегшує вивчення структури стійкості на прикладі H&M. По-третє, щороку компанія документує та публікує звіти щодо сталого розвитку та практики циркулярності, що полегшує перевірку системи сталого розвитку за допомогою даних компанії.

Група H&M була заснована в Швеції в 1947 році і зараз є другою за величиною компанією в світі моди. Крім H&M, бренди групи також включають COS, Monki, Weekday, & Other Stories, H&M Home, ARKET і Afound. Станом на 2020 рік вони мають понад 4800 фізичних магазинів у 75 ринках, а онлайн-шопінг доступний у 54 країнах. Безпосередньо в групі працює понад 153 000 людей, з яких понад 1,6 мільйона людей працюють у загальному ланцюжку створення вартості.[2]

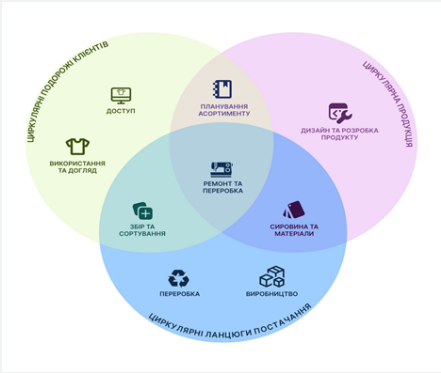

Рис 1. Кругова екосистема. Складено автором за [4]

Компанія H&M погоджується з визначенням циркулярної економіки Ellen MacArthur Foundation's (EMF), що циркулярна економіка — це система, де матеріали ніколи не стають відходами, а природа відновлюється. У циркулярній економіці продукти та матеріали залишаються в обігу за допомогою таких процесів, як технічне обслуговування, повторне використання, реконструкція, повторне виробництво, переробка та компостування. Циркулярна економіка бореться зі зміною клімату та іншими глобальними проблемами, такими як втрата біорізноманіття, відходи та забруднення, шляхом відокремлення економічної діяльності від споживання обмежених ресурсів. [1]

Планування асортименту	H&M вирівнює попит і пропозицію та підвищує ефективність використання матеріалів. Інвестує в AI та технічні інструменти для покращення планування та точності, а також орієнтації на клієнта.
Дизайн та роробка продукту	H&M розробляє принципи кругового дизайну та розширює круговий дизайн для продуктів і асортименту, щоб їх можна було частіше використовувати, ремонтувати, переробляти та переробляти. Вони дотримуються стандартів якості та вимог, збільшують використання проекту Jeans Redesign Project і тестують циклічні стратегії дизайну для своїх продуктів і колекцій.
Сировина і матеріали	Мета H&M полягає в тому, щоб до 2030 року 100% матеріалів були або перероблені, або отримані з екологічно чистих джерел. Компанія тестує, інвестує в інноваційні матеріали та масштабує їх за допомогою брендів, Circular Innovation Lab, H&M Group Ventures та екологічних інвестицій — наприклад, інвестицій у Infinited Fiber Company, TreeToTextile і Fairbrics — і долають розрив у комерціалізації через мережу поставок компанії.
Виробництво	H&M тестує, інвестує та масштабує інноваційні виробничі процеси, які можуть зменшити використання води, енергії та хімікатів — наприклад, фарбування, прання та оздоблення — через бренди, Circular Innovation Lab, H&M Group Ventures та екологічні інвестиції. До них належать інвестиції в Colorifix і Alchemie Technology, а також інвестиції в пілотні проекти, наприклад Recycrom.

Використання та догляд	H&M пропонує поради щодо використання та догляду, інформацію та продукти для наших брендів, щоб продовжити термін служби своїх продуктів.
Ремонт та переробка	H&M пропонує консультації щодо переробки, інформацію та послуги для наших брендів, щоб продовжити термін служби своїх продуктів — наприклад, через COS Full Circle і його партнерство з The Seam, H&M Take Care та партнерами з ремонту ARKET.
Доступ	H&M розширює доступ до та інвестує в пілотування та масштабування циклічних бізнес-моделей, орієнтованих на клієнтів (таких як перепродаж і оренда), у H&M Group у магазинах та онлайн. Серед них Sellpy, H&M preloved & rental, ARKET Archive, COS Full Circle, COS Restore та COS Resell, а також секонд-хенд у магазинах Weekday і Monki.
Збір та сортування	H&M підтримує технологію та інфраструктуру масштабування для збору та сортування продуктів і матеріалів — вони збирають використаний текстиль у своїх брендів і сортує, щоб його можна було використовувати за найвищою ціною для повторного використання та переробки.
Переробка	H&M підтримує технологію та інфраструктуру масштабування для переробки та поширення матеріалів за найвищою ціною. Вони інвестує в технології переробки та інфраструктуру разом із партнерами, зокрема Infinited Fiber Company та Ambercycle. Компанія зосереджується на текстильних відходах у виробництві, текстилі після споживання та співпраці для просування прогресу.

Складено автором за [4]

Компанія H&M визнає, що традиційна модна модель останніх кількох десятиліть є основним компонентом марнотратної та забруднюючої лінійної економічної системи, яка потребує змін. Як головний гравець в індустрії моди, саме вони можуть стати лідером цієї трансформації.

У 2016 році H&M Group публічно поділилася своїми амбіціями трансформуватися в циклічний бізнес і стати кліматично сприятливою до 2040 року. [3]

На той час H&M уже створила службу збору одягу та текстилю в багатьох своїх магазинах. Постійна програма збору приймає товари будь-якого бренду та в будь-якому стані. На даний момент близько 50-60% текстилю, що зберігається, використовується повторно – або продається через партнерів з перепродажу, або передається на благодійність. Більшість предметів, які залишаються, переробляються на матеріали меншої вартості, такі як ізоляція чи тканини для чищення.

Після оголошення H&M про свою циклічну економіку,а також кліматичні позитивні амбіції – з метою впровадження циркулярної економіки в усьому своєму бізнесі – організація прагнула продовжити цю роботу, розробивши дорожню карту для «кругової екосистеми». Ця дорожня карта сприяє її амбіціям щодо клімату та біорізноманіття. Стратегія H&M Group щодо розвитку «кругової екосистеми» базується на таких трьох стовпах:

- Циркулярні продукти: створення довговічних продуктів із безпечних, перероблених і екологічно чистих матеріалів (тобто вирощених природним шляхом, культивованих або створених за допомогою відновлюваних процесів), які можуть повторно циркулювати багато разів.

- Циркулярні ланцюжки поставок: паливні системи, які рециркулюють продукти та підтримують циклічні виробничі процеси та матеріальні потоки.

- Кругові подорожі клієнтів: надання доступних способів відчути та залучитися до циклічної моди, де продукти частіше використовуються, ремонтуються, повторно використовуються та переробляються.

Отже, бачення сталого розвитку групи H&M полягає в тому, щоб очолити зміни до більш стійкої та циклічної індустрії моди. Розмір і охоплення компанії означають, що вона має значні можливості впливати на галузь загалом, а також розширювати інфраструктуру та інновації, необхідні для цієї трансформації. H&M показує свою "дорожню карту" циркулярного виробництва для інших текстильних компаній в будь-яких країнах світу.

Список використаних джерел:

1. What is a circular economy? Ellen MacArthur Foundation, 2024 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview
2. Designing products for circularity: H&M Group, 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ellen/circular-examples/hm-group
3. H&M Hennes & Mauritz AB Three-month report, 2024 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://hmgroup.com/investors/reports/
4. Circular business models, H&M Group, 2024[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://hm/sustainability/circularity-and-/circularity/