

УДК 749:069:7.645

DOI <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2026.39.19>

КЛАСИФІКАЦІЯ ОБ'ЄКТІВ КОЛЕКЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ

**Вергунова Наталія Сергіївна¹, Вергунов Сергій Віталійович²,
Левадний Олександр Миколайович³, Гулевська Марія Юріївна⁴**

¹ кандидат мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри «Дизайну та 3D-моделювання»,
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова,
Харків, Україна,

e-mail: natalia.vergunova@kname.edu.ua, orcid: 0000-0002-8470-7956

² кандидат мистецтвознавства, професор,
завідувач кафедри «Дизайну та інтер'єру»,
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова,
Харків, Україна,

e-mail: sergiy.vergunov@kname.edu.ua, orcid: 0000-0003-2603-9782

³ Народний художник України,
професор кафедри «Дизайну та 3D-моделювання»,
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова,
Харків, Україна,

e-mail: oleksandr.levadnyi@kname.edu.ua, orcid: 0000-0002-5469-1842

⁴ студентка 4 курсу групи Дизайн 2022-1,
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова,
Харків, Україна,

e-mail: gulevskaia2505@gmail.com, orcid: 0009-0003-9753-8455

Анотація. Мета. Дослідження спрямоване на подолання розрізненості підходів до опису об'єктів колекційного дизайну шляхом розроблення багатопараметричної класифікації. Визначено чотири параметри: «Тиражність/Рідкісність», «Функціональність/Художність», «Ремесло/Виробництво» та «Визнання/Продаж», які в сукупності дають змогу формувати порівняльний профіль об'єкта за ступенем рідкісності, співвідношенням функції та художньої виразності, способом виготовлення й контекстом визнання та продажу.

Методологія. Для досягнення мети застосовано комплекс наукових методів. Виконано систематизований огляд сучасної літератури й релевантних фахових джерел, що у сукупності з методом тематичного кодування дав змогу структурувати зібрані дані у зрозумілі тематичні блоки та виокремити повторювані ознаки, на підставі яких визначено та опрацьовано чотири параметри класифікації об'єктів колекційного дизайну та їхні рівні. Порівняльний аналіз практичних прикладів здійснено шляхом зіставлення п'яти об'єктів меблів за параметрами «Тиражність/Рідкісність», «Функціональність/Художність», «Ремесло/Виробництво» та «Визнання/Продаж», що дало змогу сформулювати профілі об'єктів і показати відмінності між галерейними, музейно визнаними та брендовими лімітованими зразками.

Результати. За підсумками огляду фахових джерел визначено такі чотири ключові параметри класифікації об'єктів колекційного дизайну: «Тиражність/Рідкісність», що охоплює діапазон від унікального екземпляра до малих серій з документально підтвердженим накладом; «Функціональність/Художність», для якого характерні як повністю утилітарні предмети, так і об'єкти з домінуванням естетичної складової частини; «Ремесло/Виробництво», що включає рівні

з перевагою ручної праці або виробничого процесу або гібридні технологічні ланцюги; «Визнання/Продаж» про інституційне визнання, кураторський ринок або фірмові канали продажу. Визначені рівні цих параметрів інтегровано у класифікаційну структуру та апробовано на об'єктах колекційного дизайну, що сприяло їх систематизації, незважаючи на розрізнення з різних аспектів.

Наукова новизна. У статті запропоновано інтегрований підхід до класифікації об'єктів колекційного дизайну на основі взаємодоповнювальних параметрів з рівнями кодування, що дає змогу формувати порівняльний профіль об'єкта й виходить за межі описів, зведених лише до обмеженості тиражу.

Практична значущість. Результати можуть бути використані дизайнерами для аргументованої фіксації «колекційності» предметів, зокрема під час підготовки каталогів, виставкових дос'є та аналітичних оглядів.

Ключові слова: колекційний дизайн, об'єкти інтер'єру, колекційні меблі, класифікація, тиражність, рідкісність, функціональність, естетичність, ремесло, виробництво, автентичність.

ВСТУП

Колекційний дизайн є відносно новою й динамічною сферою на перетині дизайну та мистецтва, що розвивається у преміальному сегменті ринку. Цей термін з'явився близько двох десятиліть тому у контексті дизайнерських галерей і виставок для позначення унікальних або лімітованих предметів інтер'єру, зокрема об'єктів меблів, освітлення, декору, що «мають функцію, але не визначаються нею» [17]. Можна сказати, що такі об'єкти баланують між утилітарністю і художнім висловлюванням, нерідко порушуючи усталені категорії «дизайн vs мистецтво». Так, відомий історик дизайну Гленн Адамсон (Glenn Adamson) зазначає, що, на відміну від масового промислового дизайну та унікальних творів мистецтва, сучасний колекційний дизайн займає «фасцинуючий проміжний ґрунт», адже часто виготовляється малими серіями з обмеженою варіативністю, що вказує на особливу культуру експериментування. Водночас такі об'єкти продовжують традиції авторського дизайну й студійного ремесла, поєднуючи цифрові технології проектування та виготовлення з ручною майстерністю [17].

Зростаючий інтерес до колекційного дизайну може бути визначений його здатністю надавати користувачеві відчуття унікальності, пропонуючи емоційний резонанс, протиставлений масовій продукції. Французький куратор Елізабет Леріш (Elizabeth Leriche) зазначає, що сучасні колекційні об'єкти «створені викликати емоцію» і можуть стати «завтрашніми іконами», що визначатимуть епоху і матимуть тривалий вплив [4]. Сфера колекційного дизайну бурхливо розвивається, функціонують спеціалізовані галереї, наприклад "Carpenters Workshop", "R & Company", "Future Perfect", проводяться окремі виставки та форуми: "Design Miami", "COLLECTIBLE

Brussels", "Maison&Objet". Хоча сегмент досі залишається нішевим, його стале зростання «є рушієм, що штовхає нові тренди» у матеріальності, стилі та підходах [2]. Водночас тривають дискусії щодо термінологічного позначення. У 2000-х роках використовувався термін "Design art" (Дизайн-мистецтво), але близько 2010-х його витіснило словосполучення "Collectible design" (Колекційний дизайн), більш ефективне для ринкових реалій [17]. Деякі фахівці критикують поняття як розпливчате чи надто маркетингове [21], проте наразі дефініція продовжує використовуватися для позначення цього явища, що «поєднує художнє бачення і виняткову майстерність», виховуючи новий клас колекціонерів [5].

Актуальність дослідження визначається тим, що колекційний дизайн досі не має усталеної типології: його межі залишаються нечіткими між авторським дизайном, студійним ремеслом і малотиражним промисловим виробництвом. Через це потребують систематизації критерії оцінювання таких об'єктів, тобто визначення, що саме робить предмет колекційним, окрім обмеженого тиражу. Окремі уваги потребує й процес переходу від експериментального прототипу до лімітованої серії, який недостатньо висвітлений у літературі, хоча впливає на характеристики виробів, професійну позицію дизайнера та стратегії презентації і продажу. Додаткової ваги набувають питання автентифікації та сталості колекційних предметів у контексті цифрових технологій і зростання вимог до прозорості походження. Відповідно, актуальною є спроба розроблення класифікації для об'єктів колекційного дизайну з окресленням відповідних параметрів та її перевірки на конкретних дизайнерських прикладах.

АНАЛІЗ ПОПЕРЕДНІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В теоретичних дослідженнях з історії дизайну та культури підкреслюється, що зближення та напруга між дизайном і мистецтвом, починаючи з другої половини ХХ століття, тільки посилилася в розрізі пересмислення ролі речі в предметній культурі, питань виробництва та авторства [7; 11]. Водночас нерідко описується явище артіфікації (Artification) як зростання символічної цінності дизайн-об'єкта за наближення до мистецького поля, чому сприяє, в тому числі, акцент на рідкісності, що, зрештою, переводить сприйняття предмета в режим колекційного артефакту [10; 13].

Емпіричні дослідження поведінки споживачів демонструють, що «рідкісність» і «ексклюзивність» працюють як різні елементи функціональної, соціальної та емоційної цінності. Природна рідкісність частіше підтримує всі три виміри, тоді як «віртуальна» рідкісність, тобто штучно обмежені тиражі, може мати неоднозначні наслідки для емоційної оцінки й довіри споживача, коли таке обмеження сприймається як суто рекламний прийом [20]. У цьому контексті дослідження на прикладі колекційних меблів у вузькому елітарному сегменті культурного виробництва показують, як лімітованість, матеріальність і стилістичні коди формують культурну «читаність» об'єктів і підсилюють їхній статус як носіїв престижу [13].

В деяких дослідженнях підкреслено, що цінність колекційного об'єкта дизайну часто відображена в його історії походження та авторському задумі, тобто через кероване вбудовування смислів у процес проектування, комунікації та взаємодії зі споживачем [15]. У контексті цифровізації ринку окремих напрям теоретичних робіт зосереджується на перевірці автентичності колекційних об'єктів дизайну, прозорості їх походження та історії володіння. У цих роботах технології блокчейну (Blockchain) та невзаємозамінних токенів (Non-fungible token, NFT) розглядаються як інструменти, що допомагають зменшити дефіцит інформації між продавцем і покупцем та зміцнити довіру до ринку й установ/організацій, що забезпечують його роботу. Найбільшу користь це може мати для онлайн-платформ, де ризики підробок і втрати підтверджуваних даних про попередніх власників та «біографію» колекційного об'єкта, тобто його документовану історію обігу/володіння, є доволі високими [9; 16; 18].

Дослідження останніх років також фіксують зміщення люксових і високовартісних сегментів у бік кругової моделі економіки

(Circular economy), для якої характерно, щоб виробити й матеріали якомога довше залишалися в обігу завдяки подовженню строку служби, ремонту, повторному використанню, відновленню та вторинному продажу, що дедалі частіше стають складниками ціннісної пропозиції та репутації брендів і дизайнерів [8; 14]. Окреслені дослідження загалом характеризують ключові аспекти явища колекційного дизайну, однак інформація залишається фрагментованою і не надає комплексного розкриття щодо класифікації відповідних об'єктів.

МЕТА

Дослідження спрямоване на подолання розрізненості щодо підходів до опису об'єктів колекційного дизайну і окреслює декілька параметрів: «Тиражність/Рідкісність», «Функціональність/Художність», «Ремесло/Виробництво» та «Визнання/Продаж». Поєднані в єдину класифікацію, ці параметри задають рівні та дають змогу формувати порівняльний профіль об'єкта за ступенем рідкісності, балансом утилітарності та естетичної домінанти, процесом виготовлення та контекстом визнання й продажу. Для досягнення мети передбачено такі кроки: проаналізувати сучасні теоретичні дослідження для виявлення параметрів і рівнів класифікації з подальшою апробацією на об'єктах колекційного дизайну.

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Огляд літературних джерел дав змогу виявити низку параметрів, за якими може бути побудована класифікація об'єктів колекційного дизайну. Першим параметром є «Тиражність/рідкісність», що фіксує кількість фізичних екземплярів у межах видання й те, наскільки ця рідкісність є перевіреною. Так, на одному полюсі перебувають унікальні об'єкти, створені в єдиному екземплярі або на замовлення, на іншому – обмежені серії з чітко визначеним накладом, зокрема з авторськими пробамми, або відкриті видання, що теоретично не мають верхньої межі. У колекційному сегменті рідкісність виступає одним з ключових чинників ексклюзивності й цінності, тому «репутаційне» видання зазвичай супроводжується фіксацією накладу, нумерацією та сертифікатом автентичності. Типова шкала оцінювання за цим параметром задається чотирма рівнями: унікальний об'єкт (1), надмалий тираж від двох екземплярів до двох десятків (2), малий тираж до ~100 (3), відкрите видання (4).

Щодо шезлонга "Lockheed Lounge" (рис. 1) австралійського дизайнера Марка

Ньюсона (Marc Newson) тиражність зафіксована як видання 10 зразків з додатковими 4 авторськими пробами та 1 прототипом, тобто йдеться про надмалий наклад, де нумерована частина серії залишається в межах діапазону рівня (2), а авторські проби й прототип лише підсилюють рідкісність та музейно-ринкову привабливість конкретних екземплярів [12].

Стілець "Bone Chair" (рис. 2) нідерландського дизайнера Йоріса Лармана (Joris Laarman) репрезентує випадок надмалого тиражу у 12 зразків і теж може бути віднесений до рівня (2), а додатковим маркером «закритості» такого видання є те, що значна кількість екземплярів стала частиною музейних колекцій, зменшивши доступність на відкритому ринку [3].



Рис. 1. Марк Ньюсон. Шезлонг "Lockheed Lounge", 1988.

Джерело: <https://marc-newson.com/lockheed-lounge> [12]



Рис. 2. Йоріс Ларман. Стілець "Bone Chair", 2006.

Джерело: <https://www.moma.org/collection/works/110207> [3]

Крісло "ANIMA Armchair" (рис. 3) словенського дизайнера Лари Боїнч (Lara Bohinc) є типовим прикладом колекційного дизайну з надмалим накладом у 8 екземплярів + 2 авторські проби, що відповідає рівню (2), з практиками підпису, серійного номера та сертифіката автентичності, що робить рідкісність не лише заявленою, але й документально підтверджуюною [1].

Також у розрізі цього параметру класифікації прикладом об'єкта колекційного дизайну рівня (3), тобто з малим тиражем до ста одиниць, є крісло "Vanity Fair XC Imagine Edition" (рис. 4) як колекційна версія культового крісла "Poltrona Frau", створеного свого



Рис. 3. Лари Боїнч. Крісло "ANIMA Armchair", 2025.
Джерело: <https://bohincstudio.com/products/anima-armchair> [1]



Рис. 4. Poltrona Frau/Fornasetti. Крісло "Vanity Fair XC Imagine Edition", 2024.

Джерело: https://www.poltronafrau.com/ww/en/products/vanity-fair-xc-imagine-edition-fornasetti.html?srsId=AfmBOorFXG69UL7vu7MJ5yT5dLB_4Qa91F1d1obINSRL10IWeSVbePsw [19]

часу у співпраці з П'єро Форнасетті (Piero Fornasetti). Оздоблене фірмовим сюрреалістичним мотивом "Sole e Nuvole", це крісло було випущено обмеженим виданням у 50 індивідуально пронумерованих екземплярів і супроводжено сертифікатом автентичності. У цьому разі рідкісність досягається не надмалим тиражем, а контролем серії в межах «до ~100», що характерно для колекційних спеціальних видань у межах сильних брендів і дизайнерських колаборацій [19].

Журнальний столик "DC2509" (рис. 5) італійського дизайнера Вінченцо де Котііса (Vincenzo De Cotiis) може бути позначений як унікальний об'єкт, створений у єдиному екземплярі, що в контексті параметру відповідає рівню (1). Такий формат максимально посилює рідкісність і зміщує акцент із «серії» на статус одиничного твору, де цінність підтримується передусім неповторюваністю екземпляра та інституційною легітимацією в галерейному середовищі [6].

Наступним параметром класифікації доцільно виокремити «Функціональність/Художність», що відображає міру, в якій колекційний об'єкт виконує утилітарну роль у повсякденному користуванні або, навпаки, працює передусім як естетично-концептуальне висловлювання. На одному боці перебувають повністю придатні до щоденного використання предмети дизайну, з прогнозованою утилітарністю, конструктивною надійністю та ергономікою, на іншому – об'єкти, де функція є умовною або вторинною, а ключову

вагу мають образ та авторський задум. Для опису за цим параметром зручно застосовувати градацію рівнів: повністю утилітарний дизайн (1); дизайн з експресивною формою/матеріалом, але зі збереженою функцією (2); артоб'єкт, де функція, скоріше, номінальна і об'єкт здебільшого призначений для естетичного споглядання (3). Відповідно, критерії якості для функціональних предметів зосереджуються на конструкції та ергономіці, тоді як для художніх акцент зміщується на виразність форми та концептуальну цілісність.

У цьому розрізі шезлонг "Lockheed Lounge" показовий як колекційний об'єкт, що зберігає утилітарну природу: на ньому можна лежати, однак у реальному використанні він часто працює як «дизайн-ікона», тобто як візуальний центр інтер'єру й символ статусу. Через надмірно виразну пластику та «демонстраційну» роль він, як правило, тяжіє до рівня (3), коли функція наявна, але практично поступається художній доміні.

Стілець "Bone Chair", попри експериментальну формоутворювальну логіку, зберігає базову типологію сидіння й може виконувати свою роль за умови обережного користування. Водночас у колекційному сегменті він часто існує як «об'єкт для погляду», де цінність зосереджена в технологічно-естетичній новизні та впізнаваності. Тому його доречно визначати як перехідний випадок між рівнями (2) і (3): функція збережена, але художньо-концептуальний аспект переважає в режимах сприйняття й експонування.



Рис. 5. Вінченцо де Котііс. Журнальний столик "DC2509", 2025.

Джерело: <https://carpentersworkshopgallery.com/works/vincenzo-de-cotiis-dc2509-10359831167240> [6]

Крісло "ANIMA Armchair" заявлене як предмет для сидіння з м'якою оббивкою та заданими габаритами, тобто його функціональність апріорі закладена. Водночас це скульптурний об'єкт обмеженого видання, тому концептуальний зміст і образ все ж таки превалюють над утилітарністю, отже, його можна віднести до типового прикладу рівня (2). Функція крісла збережена, але формоутворення із закладеним змістом та авторським задумом працює на ефект унікальності та експозиційності.

Крісло "Vanity Fair XC Imagine Edition", попри колекційний статус і обмежене видання, належить до категорії, де функція залишається повноцінною, адже це крісло зі зрозумілою ергономікою, розраховане на регулярне використання, а естетичний компонент реалізується переважно через декоративне графічне оздоблення, не порушуючи утилітарність. Такий випадок відповідає рівню (1): колекційність тут не витісняє користування, а скоріше, підсилює його репрезентативним і брендовим змістом.

Журнальний столик "DC2509" має зрозумілу утилітарну роль, але водночас подається як унікальний скульптурний предмет з виразною матеріальністю. У практиці колекційного дизайну такі речі зазвичай використовують «обережно» або майже не використовують, зберігаючи їх як артакцент простору. Тому "DC2509" логічно віднести до рівня (2) з помітним наближенням до (3): функція столика збережена, проте естетична домінанта задає основний режим існування об'єкта.

Наступним параметром класифікації є «Ремесло/Виробництво», що описує, яким способом створено колекційний об'єкт: від традиційних ручних технік, де цінність часто пов'язана з видимими слідами майстерності, до відтворюваних виробничих процесів і цифрового фабрикування. При цьому для колекційного дизайну типовими є змішані сценарії, а оцінювання доцільно зосереджувати на рівні майстерності, інноваційності матеріалів та технологій. У межах цього параметра виділено три узагальнені рівні: превалювання ремісничої роботи, коли ручні операції визначають результат (1); навпаки, домінування виробничого процесу і відповідних технологічних операцій (2); гібридний рівень, коли цифрове формоутворення або підготовка виготовлення поєднуються з ручним доведенням об'єкта колекційного дизайну (3).

У такому розрізі шезлонг "Lockheed Lounge" належить до рівня (1), оскільки його матеріальна якість і впізнаваність значною мірою формуються ручною роботою з металом,

точністю складання й контролем поверхні. Стілець "Bone Chair" є найбільш показовим прикладом рівня (3): цей об'єкт змодельовано алгоритмічно та підготовлено до виробництва із застосуванням цифрових технологій, зокрема 3D-друку форм, однак вирішальними залишаються литво й інтенсивна ручна доводка, що задають фінальну якість і «тілесність» предмета. Крісло "ANIMA Armchair" доцільно віднести до рівня (1), адже ключовими є майстерневий формат оббивки та ручний контроль матеріалів і фінішу. Натомість "Vanity Fair XC Imagine Edition" репрезентує рівень (2), попри колекційний статус в основі реалізації технологічні процеси, тоді як унікальність досягається виразним оздобленням. Нарешті, "DC2509", як унікальний об'єкт зі складною матеріальністю й художніми техніками, може бути віднесений до рівня (1), де визначальними є ручні операції та авторська робота з матеріалом.

Ще один параметр може бути представлений як «Визнання/Продаж», що описує, у якому контексті об'єкт отримує статус і яким шляхом потрапляє до власника. Один з рівнів цього параметру охоплює інституційне визнання, тобто музейні та публічні колекції, де основним є включення до зібрання й експонування, а не комерційна угода (1). Наступним рівнем є кураторський ринок, що передбачає галереї, аукціони, спеціалізовані ярмарки, де продаж поєднується з формуванням провенансу (Provenance) як документованої історії об'єкта від моменту створення з фіксацією власників та авторитетності через експертний відбір (2). Окремим рівнем може бути зазначений фірмовий канал, тобто продаж через виробника/бренд, коли колекційність забезпечується контрольованим накладом, нумерацією та сертифікацією, але без виразної галерейної діяльності (3).

Шезлонг "Lockheed Lounge" у цьому разі є прикладом рівня (2), оскільки його визнання історично відбувається через аукціонно-галерейну інфраструктуру. Так, у лотових описах аукціону фіксуються параметри видання: номер екземпляра, наклад, авторські проби/прототип, що одночасно підтримує цінність і створює « документований слід » обігу. Стілець "Bone Chair" найточніше відповідає рівню (1), адже його наявність у колекції Музею сучасного мистецтва у Нью-Йорку (Museum of Modern Art, MoMA) означає інституційне визнання, при цьому сама музейна сторінка описує предмет як музейне надходження, тобто це, скоріше, «закріплення статусу» через включення до зібрання, а не канал збуту [3].

Крісло "ANIMA Armchair" належить до рівня (2), адже продається в галерейному форматі, предмет експонується у просторі галереї, має обмежене видання, а також є підпис, серійний номер і сертифікат автентичності, тобто механізми, характерні для кураторського ринку. Натомість крісло "Vanity Fair XC Imagine Edition" доцільно віднести до рівня (3): попри лімітований наклад у 50 екземплярів, індивідуальну нумерацію та сертифікат, продаж був організований переважно через офіційні канали бренду, фірмові продажі і замовлення, а не через галерейне представництво. Нарешті, столик "DC2509" чітко відповідає рівню (2), оскільки

об'єкт представлений галереєю "Carpenters Workshop Gallery" як унікальний, з доступом за запитом, що є типовою моделлю для колекційного дизайну, де продаж майже невіддільний від кураторського статусу й репутації інституції-посередника [6].

В табл. 1 представлено поєднання означених параметрів «Тиражність/Рідкісність», «Функціональність/Художність», «Ремесло/Виробництво» та «Визнання/Продаж», що утворюють порівняльну систематизацію за рівнями для класифікації об'єктів колекційного дизайну. Кожен параметр виступає окремою ознакою, що дає змогу одночасно зафіксувати ступінь рідкісності, баланс утилітарності

Таблиця 1

Класифікація об'єктів колекційного дизайну

Об'єкт	Тиражність/Рідкісність	Функціональність/Художність	Ремесло/Виробництво	Визнання/Продаж
"Lockheed Lounge" (1988)	2 (надмалий: 10 + 4 авторські проби + 1 прототип)	3 (функція є, але домінує художня «ікона»)	1 (превалює реміснична робота)	2 (кураторський ринок: аукціони/галерейний контекст)
"Bone Chair" (2006)	2 (надмалий: 12)	2-3 (перехідний випадок)	3 (гібридний: цифрове + ручна доводка)	1 (інституційне визнання: музейна колекція MoMA)
"ANIMA Armchair" (2025)	2 (надмалий: 8 + 2 авторські проби)	2 (функція збережена, але образ/задум переважає)	1 (превалює реміснична робота)	2 (кураторський ринок: галерейний формат)
"Vanity Fair XC Imagine Edition" (2024)	3 (малий: 50, нумерація + сертифікат)	1 (повністю утилітарне крісло)	2 (превалює виробничий процес)	3 (фірмовий канал: офіційні продажі/замовлення бренду)
"DC2509" (2025)	1 (унікальний: 1 екземпляр)	2 (→3) (утилітарність є, але сильна «скульптурність»)	1 (превалює реміснична робота)	2 (кураторський ринок: галерея, доступ за запитом)

й художньої домінанти, алгоритм виготовлення та інституційно-ринковий контекст об'єкта.

Представлені параметри дають змогу точніше пояснити, що саме робить об'єкт колекційним: не лише наклад, але й співвідношення функціональності та естетичної домінанти, спосіб виготовлення і контекст визнання та продажу. Саме завдяки такому підходу стає видимою різниця між «дизайн-іконою», лімітованою серією брендових об'єктів або галерейним авторським зразком, навіть якщо всі вони належать до одного поля колекційного дизайну.

ВИСНОВКИ

У статті запропоновано класифікацію об'єктів колекційного дизайну, узгоджену

з окресленою метою подолання розрізненості підходів і уточнення критеріїв «колекційності» поза межами одного лише накладу. Класифікація включає чотири такі параметри: «Тиражність/Рідкісність», «Функціональність/Художність», «Ремесло/Виробництво» та «Визнання/Продаж» із заданими для цих параметрів рівнями, що дають змогу формувати порівняльний профіль об'єкта за ступенем рідкісності, балансом утилітарності й естетичної домінанти, способом виготовлення та інституційно-ринковим контекстом.

Апробація параметрів на п'яти репрезентативних прикладах меблів показала, що така систематизація фіксує суттєві відмінності всередині одного поля колекційного дизайну: від «дизайн-ікони» з надмалим накладом і кураторським ринком до брендової лімітованої

серії з повною утилітарністю та фірмовим каналом продажу, а також до унікального галерейного об'єкта, де скульптурність переважає над повсякденним користуванням. Включення параметра «Визнання/Продаж» є принциповим, оскільки воно розрізняє інституційне визнання (музейні та публічні колекції) та комерційний обіг у кураторському середовищі (галереї, аукціони, ярмарки), де формується документована історія володіння об'єктом колекційного дизайну, а також фірмовий канал продажу через бренд з нумерацією та сертифікацією.

Подальше дослідження доцільно спрямувати на поглиблення кожного з чотирьох параметрів як окремого напрямку. Також перспективним є збільшення кількості проаналізованих об'єктів колекційного дизайну з охопленням не тільки меблів, але й предметів освітлення та декору, що розширить і поглибить структуру класифікації.

ЛІТЕРАТУРА

[1] ANIMA Armchair. *Bohinc Studio*: вебсайт. URL: <https://bohincstudio.com/products/anima-armchair> (дата звернення: 13.01.2026).

[2] Amauri Aguiar. *The Design Edit*: вебсайт. URL: <https://thedesignedit.com/people/amauri-aguiar> (дата звернення: 09.01.2026).

[3] Bone Chair. *The Museum of Modern Art (MoMA)*: вебсайт. URL: <https://www.moma.org/collection/works/110207> (дата звернення: 13.01.2026).

[4] Collectible design: High added value. *Maison&Objet*: вебсайт. URL: <https://www.maison-objet.com/en/paris/magazine/deco-trends/collectible-design-high-added-value> (дата звернення: 03.01.2026).

[5] COLLECTIBLE In-Depth: Emily Marant. *COLLECTIBLE*: вебсайт. URL: <https://collectible.design/collectible-in-depth-emily-marant> (дата звернення: 03.01.2026).

[6] DC2509. *Carpenters Workshop Gallery*: вебсайт. URL: <https://carpentersworkshopgallery.com/works/vincenzo-de-cotiis-dc2509-10359831167240> (дата звернення: 11.01.2026).

[7] Elfiine R.K. Superstudio and the "Refusal to Work". *Design and Culture*. 2016. Vol. 8. № 1. P. 55–77. DOI: <https://doi.org/10.1080/17547075.2016.1142343>.

[8] Holmqvist J., Berger C., De Keyser A., Verleye K. Luxury in the Circular Economy: An Engagement Journey Perspective. *Journal of Consumer Behaviour*. 2025. Vol. 24. № 3. P. 1486–1497. DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.2460>.

[9] Jang J., Kang J. Blockchain meets luxury: The role of NFT authentication in luxury retail platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2025. Vol. 84. P. 104262. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104262>.

[10] Kapferer J.-N. The artification of luxury: From artisans to artists. *Business Horizons*. 2014. Vol. 57. № 3. P. 371–380. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.12.007>.

[11] Lees-Maffei G., Sandino L. Dangerous Liaisons: Relationships between Design, Craft and Art. *Journal of Design History*. 2004. Vol. 17. № 3. P. 207–220. DOI: <https://doi.org/10.1093/jdh/17.3.207>.

[12] Lockheed Lounge. *Marc Newson*: вебсайт. URL: <https://marc-newson.com/lockheed-lounge> (дата звернення: 12.01.2026).

[13] Ratcliff S. Neo-Kingly Things: Contemporary Furniture in the Restricted Field. *Luxury*. 2018. Vol. 5. № 1. P. 43–74. DOI: <https://doi.org/10.1080/20511817.2018.1430883>.

[14] Shashi, Centobelli P., Cerchione R., Mittal A. Managing sustainability in luxury industry to pursue circular economy strategies. *Business Strategy and the Environment*. 2021. Vol. 30. № 1. P. 432–462. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.2630>.

[15] Shaw C., Nickpour F. Design as an agent of narratives: A matrix and framework for incorporating narratives into design processes. *Advanced Design Research*. 2024. Vol. 2. № 1. P. 37–44. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijadr.2024.07.003>.

[16] Swazan I.S., Youn S.Y. Blockchain in luxury resale: The impact of blockchain technology through regulatory focus and uncertainty reduction theories. *Journal of Consumer Behaviour*. 2025. Vol. 24. № 1. P. 512–526. DOI: <https://doi.org/10.1002/cb.2433>.

[17] The Three Pillars of Design. *The Design Edit*: вебсайт. URL: <https://thedesignedit.com/deep-dive/the-three-pillars-of-design> (дата звернення: 03.01.2026).

[18] Youn S.-Y., Hwang J., Ju N. Blockchain transparency in reducing second-hand luxury shopping uncertainty and the role of price consciousness. *Fashion and Textiles*. 2025. Vol. 12. Art. 10. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40691-025-00420-3>.

[19] Vanity Fair XC Imagine Edition | Armchair. *Poltrona Frau*: вебсайт. URL: <https://www.poltronafrua.com/ww/en/products/vanity-fair-xc-imagine-edition-fornasetti.html> (дата звернення: 13.01.2026).

[20] Wang X., Sung B., Phau I. How rarity and exclusivity influence types of perceived value for luxury. *Journal of Brand Management*. 2024. Vol. 31. № 6. P. 576–592. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41262-024-00359-8>.

[21] What, Exactly, Is Collectible Design Anyway? *ELLE Decor*: вебсайт. URL: <https://www.elledecor.com/life-culture/a42721381/what-is-collectible-design> (дата звернення: 04.01.2026).

REFERENCES

[1] Bohinc Studio. ANIMA Armchair. Retrieved from: <https://bohincstudio.com/products/anima-armchair> [in English].

[2] The Design Edit. (2022, December 12). Amauri Aguiar. Retrieved from: <https://thedesignedit.com/people/amauri-aguiar> [in English].

[3] The Museum of Modern Art (MoMA). Bone Chair. Retrieved from: <https://www.moma.org/collection/works/110207> [in English].

[4] Maison&Objet. (2024, November 7). Collectible design: High added value. Retrieved from: <https://www.maison-objet.com/en/paris/magazine/deco-trends/collectible-design-high-added-value> [in English].

- [5] COLLECTIBLE. (2024, May). COLLECTIBLE In-Depth: Emily Marant. Retrieved from: <https://collectible.design/collectible-in-depth-emily-marant> [in English].
- [6] Carpenters Workshop Gallery. DC2509. Retrieved from: <https://carpentersworkshopgallery.com/works/vincenzo-de-cotiis-dc2509-10359831167240> [in English].
- [7] Elfline, R.K. (2016). Superstudio and the "Refusal to Work". *Design and Culture*, 8 (1), 55–77. <https://doi.org/10.1080/17547075.2016.1142343> [in English].
- [8] Holmqvist, J., Berger, C., De Keyser, A., & Verleye, K. (2025). Luxury in the circular economy: An engagement journey perspective. *Journal of Consumer Behaviour*, 24 (3), 1486–1497. <https://doi.org/10.1002/cb.2460> [in English].
- [9] Jang, J., & Kang, J. (2025). Blockchain meets luxury: The role of NFT authentication in luxury retail platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 84, 104262. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104262> [in English].
- [10] Kapferer, J.-N. (2014). The artification of luxury: From artisans to artists. *Business Horizons*, 57 (3), 371–380. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.12.007> [in English].
- [11] Lees-Maffei, G., & Sandino, L. (2004). Dangerous liaisons: Relationships between design, craft and art. *Journal of Design History*, 17 (3), 207–220. <https://doi.org/10.1093/jdh/17.3.207> [in English].
- [12] Marc Newson Ltd. Lockheed Lounge. Retrieved from: <https://marc-newson.com/lockheed-lounge> [in English].
- [13] Ratcliff, S. (2018). Neo-Kingly Things: Contemporary furniture in the restricted field. *Luxury: History, Culture, Consumption*, 5 (1), 43–74. <https://doi.org/10.1080/20511817.2018.1430883> [in English].
- [14] Shashi, Centobelli, P., Cerchione, R., & Mittal, A. (2021). Managing sustainability in luxury industry to pursue circular economy strategies. *Business Strategy and the Environment*, 30 (1), 432–462. <https://doi.org/10.1002/bse.2630> [in English].
- [15] Shaw, C., & Nickpour, F. (2024). Design as an agent of narratives: A matrix and framework for incorporating narratives into design processes. *Advanced Design Research*, 2 (1), 37–44. <https://doi.org/10.1016/j.ijadr.2024.07.003> [in English].
- [16] Swazan, I.S., & Youn, S.Y. (2025). Blockchain in luxury resale: The impact of blockchain technology through regulatory focus and uncertainty reduction theories. *Journal of Consumer Behaviour*, 24 (1), 512–526. <https://doi.org/10.1002/cb.2433> [in English].
- [17] The Design Edit. (2021, November 8). The three pillars of design. Retrieved from: <https://thedesignedit.com/deep-dive/the-three-pillars-of-design> [in English].
- [18] Youn, S., Hwang, J., & Ju, N. (2025). Blockchain transparency in reducing second-hand luxury shopping uncertainty and the role of price consciousness. *Fashion and Textiles*, 12, Article 10. <https://doi.org/10.1186/s40691-025-00420-3> [in English].
- [19] Poltrona Frau. Vanity Fair XC Imagine Edition | Armchair. Retrieved from: <https://www.poltronafrau.com/ww/en/products/vanity-fair-xc-imagine-edition-fornasetti.html> [in English].
- [20] Wang, X., Sung, B., & Phau, I. (2024). How rarity and exclusivity influence types of perceived value for luxury. *Journal of Brand Management*, 31, 576–592. <https://doi.org/10.1057/s41262-024-00359-8> [in English].
- [21] ELLE Decor. (2023, February 20). What, exactly, is collectible design anyway? Retrieved from: <https://www.elledecor.com/life-culture/a42721381/what-is-collectible-design> [in English].

ABSTRACT

Vergunova N., Vergunov S., Levadniy O., Hulevska M. Classification of collectible design objects

Purpose. The study addresses the fragmentation of approaches to describing collectible design objects by developing a multi-parameter classification. Four parameters are defined: Edition size/Rarity, Functionality/Artistic emphasis, Craft/Production, and Recognition/Sales, which together enable a comparative profile of an object in terms of its degree of rarity, the balance between function and artistic expressiveness, the mode of making, and the context of recognition and sale.

Methodology. To achieve the aim, the study employed a set of scholarly methods. A structured review of recent literature and relevant professional sources, combined with thematic coding, was used to organize the collected materials into coherent thematic blocks and to identify recurring features on the basis of which four classification parameters for collectible design objects and their levels were defined and operationalized. A comparative case analysis was then conducted by mapping five furniture objects against the parameters Edition size/Rarity, Functionality/Artistic emphasis, Craft/Production, and Recognition/Sales, enabling the construction of object profiles and revealing differences between gallery-based, museum-recognized, and brand-led limited editions.

Results. Based on the review of professional sources, four key parameters for classifying collectible design objects were identified: Edition size/Rarity, spanning from a unique piece to small series with a documented edition; Functionality/Artistic emphasis, ranging from fully utilitarian items to objects where the aesthetic component predominates; Craft/Production, capturing cases where hand-work or production processes prevail, as well as hybrid technological chains; and Recognition/Sales, distinguishing institutional recognition, the curated market, and brand-led sales channels. The defined levels of these parameters were integrated into a classification framework and tested on collectible design objects, supporting their systematic organization despite the variety of perspectives from which they can be interpreted.

Scientific novelty. The article proposes an integrated approach to classifying collectible design objects based on complementary parameters with coding levels, enabling the construction of a comparative object profile and moving beyond descriptions reduced solely to limited edition size.

Practical relevance. The results can be used by designers to substantiate and document the "collectability" of objects, particularly when preparing catalogues, exhibition dossiers, and analytical reviews.

Keywords: collectible design, interior objects, collectible furniture, classification, edition size, rarity, functionality, aesthetic emphasis, craft, production, authenticity.

AUTHOR'S NOTE:

Vergunova Nataliia, Candidate of Art History, Associate professor, Head of Design and 3D-modeling department, O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine, e-mail: natalia.vergunova@kname.edu.ua, orcid: 0000-0002-8470-7956.

Vergunov Sergey, Candidate of Art History, Professor, Head of Design and interior department, O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine, e-mail: sergiy.vergunov@kname.edu.ua, orcid: 0000-0003-2603-9782.

Levadnyy Olexander, National Artist of Ukraine, Professor of Design and 3D-modeling department, O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine, e-mail: oleksandr.levadnyi@kname.edu.ua, orcid: 0000-0002-5469-1842.

Hulevska Mariia, 4th year student, Design 2022-1 group, O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Kharkiv, Ukraine, e-mail: gulevskaia2505@gmail.com, orcid: 0009-0003-9753-8455.

Дата першого надходження статті до видання: 16.01.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 12.02.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 24.04.2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

