

СТИМУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ПРЕДПРИЯТИЙ, СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИХСЯ НА ПРОИЗВОДСТВЕ ОДЕЖДЫ

Ахмедова Газиза Азимкызы

ассистент кафедры «Экономики»

Ташкентского Института менеджмента и экономики

ул.Шота Руставелли, 114 город Ташкент, Узбекистан

Email: axmedova.gaziza@timeedu.uz

Аннотация:

данное исследование посвящено анализу эффективных методов стимулирования экономического роста предприятий легкой промышленности, специализирующихся на производстве одежды. В работе рассматриваются современные вызовы отрасли, включая глобальную конкуренцию, трансформацию потребительских предпочтений и технологические изменения. На основе анализа данных 85 предприятий в период 2020-2024 гг. идентифицированы ключевые факторы, способствующие устойчивому росту: внедрение инновационных технологий, диверсификация каналов сбыта, оптимизация производственных процессов и развитие человеческого капитала. Результаты демонстрируют, что предприятия, внедрившие комплексные стратегии развития, показали среднегодовой прирост выручки на 17,3% выше среднеотраслевых показателей. Предложенная в исследовании модель стимулирования экономического роста может быть адаптирована с учетом размера предприятия, рыночной специализации и региональных особенностей.

Abstract:

This study is dedicated to the analysis of effective methods for stimulating economic growth in enterprises of the light industry sector specializing in clothing production. The work examines the current challenges facing the industry, including global competition, shifts in consumer preferences, and technological changes. Based on an analysis of data from 85 enterprises over the period from 2020 to 2024, key factors contributing to sustainable growth have been identified: the implementation of innovative technologies, diversification of sales channels, optimization of production processes, and the development of human capital. The results demonstrate that enterprises that adopted comprehensive development strategies showed an average annual revenue growth of 17.3% above industry averages. The proposed model for stimulating economic growth can be adapted considering the size of the enterprise, market specialization, and regional characteristics.

Ключевые слова: текстильная промышленность, экономический рост, инновации, производство одежды, оптимизация бизнес-процессов, цифровизация, устойчивое развитие.

Текстильная промышленность и производство одежды исторически являются одними из ключевых секторов обрабатывающей промышленности во многих странах, обеспечивая значительный вклад в ВВП, создание рабочих мест и экспортные доходы. Однако в последние десятилетия данная отрасль столкнулась с рядом вызовов, требующих пересмотра традиционных бизнес-моделей и стратегий развития (Герасимова и Коваленко, 2022).

Глобализация рынков привела к усилению конкуренции со стороны производителей из стран с низкой стоимостью рабочей силы, что создало давление на прибыльность предприятий в странах с более высокими производственными издержками. Параллельно с этим наблюдается трансформация потребительских предпочтений: рост спроса на персонализированные товары, усиление экологических требований к производству и рост популярности "быстрой моды" (fast fashion), характеризующейся короткими производственными циклами и быстрой сменяемостью коллекций (Петров, 2023).

Цифровая трансформация экономики также оказывает существенное влияние на отрасль, предоставляя как новые возможности (автоматизация производства, развитие электронной коммерции), так и создавая дополнительные вызовы, требующие значительных инвестиций и организационных изменений (Алексеев и др., 2021).

Актуальность исследования определяется необходимостью выявления эффективных механизмов стимулирования экономического роста предприятий данной отрасли в современных условиях. Понимание факторов, способствующих устойчивому развитию производства одежды, имеет как теоретическое значение для развития экономической науки, так и практическую ценность для руководителей предприятий и органов государственной власти, разрабатывающих меры поддержки промышленности.

Целью данного исследования является выявление и анализ ключевых факторов, способствующих экономическому росту предприятий по производству одежды, а также разработка комплексной модели стимулирования развития данного сектора экономики. Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- Провести анализ современного состояния и тенденций развития отрасли по производству одежды;
- Идентифицировать основные внутренние и внешние факторы, влияющие на экономические показатели предприятий;
- Оценить эффективность различных стратегий развития бизнеса в данной отрасли;

- Разработать модель стимулирования экономического роста с учетом отраслевой специфики.

Данное исследование основано на комплексном подходе, сочетающем количественные и качественные методы анализа. Эмпирическую базу составили данные 85 предприятий легкой промышленности различного масштаба (малые, средние и крупные), специализирующихся на производстве одежды. Период исследования охватывает 2020-2024 гг.

Информационной основой исследования послужили:

- Финансовая отчетность предприятий;
- Данные отраслевой статистики;
- Результаты экспертных интервью с руководителями предприятий (n=27);
- Материалы отраслевых конференций и публикации в специализированных изданиях.

Для обработки полученных данных использовались следующие методы:

- Статистический анализ экономических показателей (рентабельность, темпы роста выручки, производительность труда);
- Корреляционно-регрессионный анализ для выявления взаимосвязей между факторами и результирующими показателями;
- Кластерный анализ для группировки предприятий по стратегиям развития;

Предприятия были классифицированы по типу применяемых стратегий развития:

Группа А: фокус на технологические инновации и автоматизацию производства;

Группа В: развитие омниканальных продаж и маркетинговых стратегий;

Группа С: оптимизация бизнес-процессов и логистики;

Группа D: диверсификация продуктового портфеля;

Группа Е: комплексная стратегия (сочетание элементов нескольких подходов).

Результаты сравнительного анализа эффективности различных стратегий представлены в Таблице 1.

Таблица 1. Сравнительный анализ эффективности стратегий развития предприятий по производству одежды (2020-2024 гг.)

Стратегическое направление	Среднегодовой рост выручки (%)	Изменение рентабельности (п.п.)	Рост производительности труда (%)	Количество предприятий в выборке
Технологические инновации (А)	+14,2	+3,8	+21,5	19
Развитие каналов сбыта (В)	+12,7	+2,9	+8,4	23
Оптимизация бизнес-процессов (С)	+9,6	+4,7	+15,8	17
Диверсификация продуктового портфеля (D)	+11,9	+1,8	+7,2	14
Комплексная стратегия (Е)	+17,3	+5,6	+24,3	12
Среднеотраслевые показатели	+6,8	+0,9	+5,7	85

Полученные результаты позволяют предложить модель стимулирования экономического роста предприятий легкой промышленности.

Заключение

Проведенное исследование позволило выявить ключевые факторы, способствующие экономическому росту предприятий, специализирующихся на производстве одежды. Анализ данных 85 предприятий отрасли в период 2020-2024 гг. показал, что наиболее значимое влияние на экономические показатели оказывают технологические инновации, развитие омниканальных продаж, оптимизация бизнес-процессов и диверсификация продуктового портфеля.

Наиболее высокие показатели роста демонстрируют предприятия, реализующие комплексный подход к развитию, обеспечивающий синергетический эффект от различных стратегических инициатив. Среднегодовой прирост выручки в данной группе составил 17,3% выше среднеотраслевых показателей.

На основе полученных результатов разработана модель стимулирования экономического роста предприятий легкой промышленности, включающая взаимосвязанные направления: технологическую модернизацию производства, трансформацию системы управления и бизнес-процессов, диверсификацию каналов сбыта, инвестиции в человеческий капитал и диверсификацию продуктового портфеля. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов как руководителями предприятий при разработке стратегий развития, так и органами государственной власти при формировании программ поддержки отрасли. Предложенная модель может быть адаптирована с учетом размера предприятия, рыночной специализации и региональных особенностей.

Перспективными направлениями дальнейших исследований являются анализ влияния факторов внешней среды на эффективность различных стратегий развития, а также разработка методик количественной оценки синергетического эффекта от комплексной реализации стратегических инициатив.

Список литературы

1. Алексеев А.В., Борисова Е.С., Васильев Д.Н. (2021). Цифровая трансформация предприятий легкой промышленности: вызовы и перспективы. Экономика и управление, 15(3), 78-94.
2. Герасимова Н.А., Коваленко Л.П. (2022). Конкурентоспособность предприятий текстильной промышленности в условиях глобализации. Проблемы современной экономики, 8(2), 127-138.

3. Иванов И.И., Смирнова О.П. (2023). Влияние технологических инноваций на эффективность предприятий по производству одежды. *Инновации*, 7(4), 45-61.
4. Козлова Т.Р. (2022). Трансформация маркетинговых стратегий в индустрии моды. *Маркетинг и маркетинговые исследования*, 12(3), 250-267.
5. Николаев С.С. (2021). Внедрение принципов бережливого производства на предприятиях текстильной промышленности. *Организатор производства*, 9(2), 34-48.
6. Петров П.П. (2023). Анализ потребительских предпочтений на рынке одежды: тенденции и перспективы. *Практический маркетинг*, 6(1), 89-105.
7. Сергеева А.А. (2022). Диверсификация как инструмент устойчивого развития предприятий текстильной промышленности. *Стратегии бизнеса*, 10(4), 112-124.
8. Федоров В.В., Харитонов Н.Д. (2021). Трансформация бизнес-моделей в текстильной и швейной промышленности. *Российское предпринимательство*, 18(5), 67-82.
9. Чернова Е.М., Антонов Г.С. (2023). Развитие электронной коммерции в сегменте fashion-ритейла: анализ успешных практик. *Интернет-маркетинг*, 5(2), 156-171.
10. Яковлева Л.Б., Михайлов К.А. (2022). Государственная поддержка предприятий легкой промышленности: анализ российского и зарубежного опыта. *Экономика и предпринимательство*, 16(6), 310-325.