

УДК 677.012.4

***ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ АСПЕКТЫ СТАРТАПА  
В ИНДУСТРИИ БРЕНДИРОВАННОЙ ОДЕЖДЫ***

***АПОКИНА К.В.***

*Кандидат социологических наук, доцент кафедры стратегического управления*

*Института экономики, управления и бизнеса*

*Уфимский университет науки и технологий.*

*Уфа, Россия*

***БАТЫРОВ Д.Д.***

*Студент-магистрант*

*Института экономики, управления и бизнеса*

*Уфимский университет науки и технологий.*

*Уфа, Россия*

**Аннотация:** Актуальность исследования обусловлена динамичным развитием индустрии брендовой одежды и необходимостью повышения эффективности стартапов в данной сфере. Цель статьи — анализ технологических и производственных аспектов организации бизнеса по производству брендовой продукции. Научная новизна заключается в комплексном рассмотрении влияния выбора технологий нанесения изображений, организации цепочек поставок и управления производственными процессами на конкурентоспособность предприятия. В результате выявлены ключевые факторы успешного функционирования стартапов, включая оптимизацию производства, обеспечение качества продукции и применение современных цифровых технологий. Результаты могут быть использованы при разработке предпринимательских проектов в индустрии моды.

**Ключевые слова:** брендовая одежда; стартап; технологии производства;

производственный процесс; цепочка поставок; поставщики; качество продукции; индустрия моды; малый бизнес; предпринимательский проект.

***TECHNOLOGICAL AND PRODUCTION ASPECTS OF A STARTUP IN THE  
BRANDED CLOTHING INDUSTRY***

***APOKINA K.V.***

*Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Strategic Management, Institute of Economics, Management, and Business,  
Ufa University of Science and Technology  
Ufa, Russia*

***BATYROV D.D.***

*Master's Student, Institute of Economics, Management, and Business,  
Ufa University of Science and Technology  
Ufa, Russia*

**Abstract:** The modern branded clothing industry is rapidly developing and has become an important part of entrepreneurial activity in the fields of fashion and marketing. Successfully launching a startup in this area requires consideration not only of market and marketing factors but also of the technological aspects of product manufacturing. The proper choice of production technologies, the organization of supply chains, and effective management of the manufacturing process enable high product quality and enhance the brand's competitiveness in the market.

**Keywords:** branded clothing; startup; production technologies; manufacturing process; supply chain; suppliers; product quality; fashion industry; small business; entrepreneurial project

Современная индустрия моды и производства одежды характеризуется

высокой динамичностью и постоянным внедрением новых технологий. В этих условиях предпринимательские проекты в сфере брендированной одежды должны учитывать не только маркетинговые аспекты развития бизнеса, но и технологические особенности производства продукции [1].

Брендированная одежда представляет собой продукцию, на которой размещены элементы фирменного стиля компании: логотипы, графические элементы, фирменные цвета и другие элементы визуальной идентичности бренда. Такая продукция широко используется в корпоративной среде, рекламных кампаниях, маркетинговых мероприятиях и продвижении товаров и услуг.

Развитие технологий производства одежды значительно расширило возможности для создания качественной и индивидуализированной продукции. Современные методы нанесения изображений на текстиль, автоматизация производственных процессов и цифровые инструменты дизайна позволяют значительно повысить эффективность производства и улучшить качество продукции [3].

Для стартапов в сфере брендированной одежды особенно важным является грамотное построение производственной системы. На начальном этапе предприниматели должны определить оптимальную модель производства, выбрать технологическое оборудование, наладить взаимодействие с поставщиками и организовать эффективную логистику поставок.

Кроме того, важным аспектом является обеспечение стабильного качества продукции. Качество брендированной одежды напрямую влияет на репутацию компании и уровень доверия со стороны клиентов. Поэтому предприятия должны уделять особое внимание контролю качества материалов, технологии производства и организации производственных процессов.

Таким образом, технологические и производственные аспекты играют ключевую роль в формировании конкурентоспособности стартапов в индустрии брендированной одежды.

В рамках исследования технологических и производственных аспектов стартапа в индустрии брендовой одежды был использован комплекс теоретических и аналитических методов.

Одним из основных методов исследования стал анализ научной и отраслевой литературы, посвященной вопросам производства текстильной продукции, организации производственных процессов и развития индустрии моды [1]. Данный метод позволил определить современные тенденции развития технологий производства одежды и выявить наиболее эффективные решения для стартапов.

Также был использован метод сравнительного анализа различных технологий нанесения изображений на текстиль. В процессе исследования рассматривались такие методы, как шелкография, термотрансферная печать, вышивка, цифровая печать и другие технологии брендования одежды.

Дополнительно применялся метод анализа цепочек поставок, который позволил определить основные этапы поставки сырья и материалов, а также выявить факторы, влияющие на эффективность логистических процессов.

В процессе исследования также использовались методы экономического анализа, направленные на оценку эффективности различных производственных решений и выбор оптимальной модели организации производства [4].

Использование данных методов позволило сформировать комплексное представление о технологических и производственных аспектах развития стартапа в сфере брендовой одежды.

Проведенный анализ показал, что успешное развитие стартапа в индустрии брендовой одежды во многом зависит от выбора технологий производства и организации производственного процесса.

Одним из ключевых этапов является выбор технологии нанесения фирменной символики на одежду. В зависимости от объема производства, сложности дизайна и требований клиентов могут использоваться различные методы брендования.

Одним из наиболее распространенных методов является шелкография. Данная технология позволяет наносить изображения на текстиль с высокой точностью и обеспечивает высокую устойчивость изображений к износу и стирке.

Другим популярным методом является термотрансферная печать, при которой изображение переносится на ткань под воздействием температуры и давления. Этот метод широко используется для производства небольших тиражей брендированной продукции.

Вышивка также является популярным способом брендирования одежды. Она отличается высокой долговечностью и придает продукции более премиальный внешний вид [5].

Важным этапом производственного процесса является выбор поставщиков материалов. Основными материалами для производства брендированной одежды являются хлопок, полиэстер и смесовые ткани. Качество этих материалов напрямую влияет на долговечность и внешний вид готовой продукции.

Кроме того, важным фактором является организация логистики поставок. Налаженные цепочки поставок позволяют обеспечить стабильность производства и избежать задержек в выполнении заказов.

Технологическое развитие индустрии моды оказывает значительное влияние на деятельность предприятий, занимающихся производством брендированной одежды. В условиях высокой конкуренции компании должны постоянно совершенствовать свои производственные процессы и внедрять новые технологии [1].

Одним из ключевых факторов успешного развития стартапа является гибкость производственной системы. Малые предприятия должны быть способны быстро адаптироваться к изменениям спроса и выполнять индивидуальные заказы клиентов.

Использование современных технологий цифрового дизайна позволяет

значительно ускорить процесс разработки продукции. С помощью специализированного программного обеспечения дизайнеры могут создавать виртуальные модели одежды и тестировать различные варианты брендинга.

Автоматизация производственных процессов также играет важную роль в повышении эффективности производства. Использование современного оборудования позволяет снизить количество ошибок, повысить точность выполнения операций и увеличить производительность труда.

Организация эффективной цепочки поставок является еще одним важным аспектом производственной деятельности. Предприятия должны устанавливать долгосрочные партнерские отношения с поставщиками материалов и оборудования, чтобы обеспечить стабильность поставок и минимизировать производственные риски.

Кроме того, важным элементом управления производством является контроль качества продукции. Для этого предприятия должны внедрять системы проверки материалов, промежуточного контроля производственных операций и финального контроля готовой продукции.

Оптимизация производственных процессов позволяет не только повысить качество продукции, но и снизить себестоимость производства. Это является важным фактором повышения конкурентоспособности предприятия на рынке [5].

Технологические и производственные аспекты играют ключевую роль в развитии стартапов в индустрии брендинга одежды: выбор современных технологий, эффективная организация цепочек поставок и оптимизация производственных процессов обеспечивают высокое качество продукции и повышают конкурентоспособность предприятия.

В то же время развитие экономики впечатлений усиливает значение эмоционального интеллекта не только на уровне отдельных специалистов, но и в корпоративной культуре, где способность распознавать, понимать и управлять эмоциями клиентов становится важным стратегическим ресурсом в

конкурентной борьбе [6].

Внедрение цифровых инноваций, хотя и кажется перспективным, может в итоге ограничить способности экономики к адаптации. В связи с этим возрастает вероятность того, что работники будут вынуждены переквалифицироваться, осваивая навыки и технологии на новом для себя профессиональном поприще. Однако существует угроза того, что скорость обновления профильной подготовки не соответствует темпам интеграции цифровых инноваций, что может привести к недостатку рабочих мест в краткосрочной перспективе. В этих условиях особую значимость приобретает грамотное управление производственными ресурсами, способствующее снижению затрат, повышению производительности и улучшению качества продукции. В условиях динамичного развития индустрии моды предприятия должны активно внедрять инновационные технологии и совершенствовать организацию производства [7].

Таким образом, комплексный подход к организации производственного процесса является важным условием успешного развития предпринимательских проектов в сфере брендированной одежды [4].

### **Библиографический список:**

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – М.: Питер, 2021.
2. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей / А. Остервальдер, И. Пинье. – М.: Альпина Паблишер, 2021.
3. Соловьёв, Б. А. Маркетинговые исследования: теория и практика / Б. А. Соловьёв. – М.: Юрайт, 2022.
4. Бланк, С. Стартап: настольная книга основателя / С. Бланк. – М.: Альпина Паблишер, 2020.
5. Аакер, Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2019.
6. Шафилова, Д. Р. Психология потребителя: влияние эмоций на покупательское

поведение / Д. Р. Шафикова, К. В. Апокина // Социосфера. – 2025. – № 2. – С. 389-391. – EDN LBYYPX.

7. Апокина, К. В. Интернет-технологии управления бизнесом / К. В. Апокина, Е. В. Терелецкова // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2026. – № 1(187). – С. 75-79. – DOI 10.34773/EU.2026.1.14. – EDN MXFHBC.