

УДК: 677.31:677.027

Самикова З. Д.

*преподаватель, кафедра дизайна одежды,
Ташкентский международный университет КИМЁ,
г. Ташкент, Республика Узбекистан*

Садыкова С.А.

*заведующая кафедрой, кафедра дизайна одежды,
Ташкентский международный университет КИМЁ,
г. Ташкент, Республика Узбекистан*

Носирова Н.Ф.К.

*преподаватель, кафедра дизайна одежды,
Ташкентский международный университет КИМЁ,
г. Ташкент, Республика Узбекистан*

**УЗБЕКСКИЙ ИКАТ В СЕГМЕНТЕ ШЕЛКОВЫХ ТКАНЕЙ:
ТЕХНИКА РЕЗЕРВНОГО КРАШЕНИЯ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ
ВОСПРИЯТИЕ И ЭТИКО-РЫНОЧНЫЕ ТРАЕКТОРИИ В
УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Аннотация: цель статьи состоит в систематизации и интерпретации данных о традиционных икатных тканях в контексте узбекского текстильного наследия с акцентом на премиальный сегмент, в котором икат на практике часто представленшелковыми полотнами. На основе источниковедческого анализа и сопоставительного обзора обобщены: технологические признаки иката как техники резервного крашения пряжи и параметры трудоемкости производства, структура потребительского восприятия и факторы намерения покупки, включая эффект сигнала цены, ценовые коридоры и риски подмены подлинного изделия печатной имитацией, этические и институциональные рамки

масштабирования через сертификацию, географические указания и культурный туризм. Показано, что спрос на этнический текстиль концентрируется в женской аудитории 20-45 лет, демонстрирующей готовность платить премию за аутентичность и справедливое производство, при этом ключевой ограничитель устойчивости сегмента связан с разрывом между многомесячной трудоемкостью ремесла и доходностью ремесленника. Практическая значимость результатов заключается в предложении согласованной логики рыночного позиционирования узбекского иката, где доказуемая аутентичность и прозрачность цепочки создания ценности выступают условием премиальной цены.

Ключевые слова: икат; алойси; шелковые ткани; резервное крашение пряжи; потребительское поведение; сигнал цены; устойчивость; Fair Trade; GOTS; культурный туризм; Узбекистан.

Z. D. Samikova

*Lecturer, Department of Fashion Design,
Tashkent International University of KIMYO,
Tashkent, Republic of Uzbekistan*

S. A. Sadykova

*Head of Department, Department of Fashion Design,
Tashkent International University of KIMYO,
Tashkent, Republic of Uzbekistan*

N. F. K. Nasirova

*Lecturer, Department of Fashion Design,
Tashkent International University of KIMYO,
Tashkent, Republic of Uzbekistan*

UZBEK IKAT IN THE SILK TEXTILES SEGMENT: RESIST-DYEING TECHNIQUE, CONSUMER PERCEPTIONS, AND ETHICAL-MARKET TRAJECTORIES UNDER GLOBALIZATION

***Abstract:** The purpose of this article is to systematize and interpret data on traditional ikat textiles within the context of Uzbekistan's textile heritage, with a particular emphasis on the premium segment in which ikat is, in practice, frequently represented by silk fabrics. Based on a source-critical analysis and a comparative review, the study synthesizes: the technological features of ikat as a resist-dyeing technique applied to yarn and the parameters of production labor intensity; the structure of consumer perceptions and the determinants of purchase intention, including the price-signaling effect; price corridors and the risks of substituting authentic products with printed imitations; and the ethical and institutional frameworks for scaling through certification, geographical indications, and cultural tourism. The findings indicate that demand for ethnic textiles is concentrated among women aged 20-45, who demonstrate a willingness to pay a premium for authenticity and fair production. At the same time, the principal constraint on the segment's sustainability is associated with the mismatch between the multi-month labor intensity of artisanal production and artisans' returns. The practical significance of the results lies in proposing a coherent market-positioning logic for Uzbek ikat, in which verifiable authenticity and value-chain transparency constitute preconditions for premium pricing.*

Keywords: *ikat; aloysi; silk textiles; resist dyeing of yarn; consumer behavior; price signaling; sustainability; Fair Trade; GOTS; cultural tourism; Uzbekistan.*

Введение

Узбекский текстиль формировался в логике многовекового обмена по трансконтинентальным торговым маршрутам и встраивания локальных ремесел в меняющиеся режимы моды и потребления. В историографической перспективе это проявляется в устойчивости национальных форм и их адаптации к внешним влияниям [1]. Внутри данной традиции икат, известный в узбекском регионе как алойси, описывается как техника резервного крашения, где пряжа предварительно перевязывается в заданных точках перед погружением в краситель, что обеспечивает сложные геометрические и абстрактные композиции, а трудоемкость изготовления одного куска ткани может занимать месяцы ручной работы.

Технологически икат характеризуется доминированием ручного труда, традиционным использованием натуральных красителей и уникальностью каждого полотна, что делает его репрезентативным примером ремесленной ценности в премиальном сегменте, включая сегмент шелковых тканей, на котором сфокусирована настоящая статья (при этом не разделяются эмпирические показатели по волокнистому составу, а выводы интерпретируются как типовые для рынка иката).

Проблема исследования задается противоречием между глобализацией как фактором расширения рынков и глобализацией как механизмом коммодификации, когда культурно нагруженное ремесло начинает функционировать по логике массового спроса и туристической витрины; сопоставительный материал по двойному икату показывает, что трансформация значения изделия в сторону рыночного продукта может сопровождаться пересборкой локальных норм и стимулов [2].

Для узбекского иката это противоречие усиливается двумя обстоятельствами: недостаточным узнаваемым брендингом на глобальном уровне и необходимостью соответствия международным стандартам устойчивости при конкуренции со стороны азиатских производителей [3].

В условиях нарастающего климатического давления в Центральной Азии этот вызов приобретает специфическое ресурсное измерение: традиционные технологии иката, исторически менее водоемкие по сравнению с индустриальными аналогами, обладают скрытым потенциалом экологической конкурентоспособности, который, однако, требует концептуализации в терминах добавленной стоимости.

Следовательно, ключевой исследовательский вопрос заключается в том, какие факторы потребительского восприятия и ценовой архитектуры поддерживают премиальное позиционирование иката, как ресурсная эффективность производства (в частности, водный след) может быть интегрирована в структуру ценности продукта и какие этико-институциональные инструменты позволяют сделать это позиционирование воспроизводимым и проверяемым на внешних рынках.

Методы

Методологически исследование выполнено с применением систематического обзора литературы, вторичного анализа данных и кросс-национального сравнения практик в текстильной промышленности. В рамках настоящей статьи этот дизайн реализован как: источниковедческая селекция фрагментов отчета, относящихся к икату (определения, параметры производства, этические стандарты, потребительские характеристики), аналитическое кодирование фактов по трем осям «история и наследие», «производственная экономика», «потребитель и рынок».

Результаты

1) Восприятие потребителей и намерение покупки

Систематизированные данные демонстрируют, что для этнических текстильных изделий ключевым медиирующим фактором намерения покупки выступает отношение потребителя к изделию как к символу уникальности и культурной идентичности. Соответствующий показатель

приводится как 0.454. Далее, цена в модели дает положительный эффект (0.463), интерпретируемый как сигнал качества и подлинности, то есть как разновидность «эффекта сигнала цены», что согласуется с тем, что высокая цена при определенных условиях повышает покупательское намерение [4, 5]. Наконец, модная вовлеченность (0.463) усиливает интерес к этническому текстилю как к инструменту индивидуализации в глобальных стилях, задавая прямую связь между культурным капиталом и рыночным спросом [6].

2) Демографический профиль покупателей

Анализ выявил концентрацию спроса в группе молодых женщин 20-40 лет с высокой готовностью платить премию за аутентичность и справедливое производство, которые составляют 60.9% целевого рынка икатных изделий. Отсюда выводится приоритет цифровых каналов и маркетинга в социальных сетях. Для сегмента шелкового иката эти результаты важны тем, что позволяют обосновать демографически адресную коммуникацию аутентичности и ремесленной трудоемкости как компонента ценности, особенно в группе миллениалов, чьи паттерны покупок этнического ткачества анализируются в профильном исследовании [7].

3) Ценовые стратегии и рыночные коридоры

Обобщение рыночных наблюдений показывает, что ценовая архитектура отстраивается в нескольких коридорах: массовый/доступный сегмент ориентирован на 30-80 USD/m, тогда как культурно-ориентированные и премиальные сегменты движутся в диапазонах 150-300 USD/m и 200-400 USD/m, а люксовые коллаборации могут достигать 400-800 USD/m. Одновременно фиксируется структурный риск рынка: печатные ткани с икатным узором производятся быстро и продаются по 10-20 USD/m, тогда как подлинное полотно оценивается в 200-300 USD/m, при этом потребители часто не различают подлинник и имитацию. Это

означает, что для премиального сегмента (включая шелковый икат) ценовая премия должна быть институционально подкреплена доказуемостью происхождения и прозрачностью производственного процесса, иначе «сигнал цены» деградирует из маркера подлинности в фактор неопределенности [6]. Наконец, исследование рынка показывает готовность аудитории платить премию 10-20% и более за аутентичные и экологичные товары, что задает верхнюю границу ценовой надбавки в массовых каналах и одновременно оправдывает сертификационные инвестиции в экспортно-премиальных каналах [5, 8].

Обсуждение

Полученные результаты следует интерпретировать через этические рамки и ограничения воспроизводимости ремесла. Во-первых, исследование фиксирует «парадокс устойчивости»: традиционные методы иката во многом уже соответствуют логике современных стандартов экологичности, однако формальная сертификация отстает. Эта позиция конкретизируется перечнем стандартов: Fair Trade предполагает справедливую оплату и может давать ценовую премию 10-20%, при этом внедрение в Узбекистане остается ограниченным; стандарты органического текстиля (GOTS) требуют ограничений на синтетические красители и документирования процессов, что представлено как реализуемая, но инвестиционно емкая траектория. Для потребителя это трансформируется в рост доверия к премиальной цене, который эмпирически связан с «этическим» мотивом покупки [8], а для производителей в необходимость управления этическим поведением цепочки поставок как условием устойчивого конкурентного преимущества [4].

Во-вторых, устойчивость сегмента ограничивается социальной экономикой производства: ремесленник может тратить до 6 месяцев на объем ткани стоимостью 200-300 USD, в этой связи расценка почасовой

оплаты трактуется как недостаточная. На этом фоне закономерно усиливаются риски миграции молодежи и утраты навыков: в различных исследованиях приводится ориентир, что 60-70% молодежи в традиционно текстильных регионах не рассматривают ремесло как профессию, а отсутствие формализованного обучения делает потерю знания в одном поколении весьма вероятной. Для сегмента шелкового иката это означает, что даже при наличии спроса (и готовности платить премию) предложение может стать дефицитным, а дефицит будет заполняться имитациями, что уже наблюдается в ценовом разрыве между подлинным полотном и печатными копиями.

В-третьих, отчет позволяет обосновать институциональные инструменты защиты подлинности. Географическое указание рассматривается как механизм предотвращения подделок и удержания культурного и качественного наследия региона, а в качестве количественного ориентира приводится потенциальное повышение стоимости на 30-50% при документировании традиционных методов и происхождения. Реализация такого механизма в узбекском контексте логически опирается на правовую рамку сохранения культурного наследия [9] и на практики наследственной документации исторической среды, показанные на материале Бухары [11], поскольку именно документация делает возможной проверяемость заявлений об аутентичности.

В-четвертых, экологический аргумент для шелкового иката может быть усилен через ресурсную повестку. Отчет сопоставляет традиционное и промышленное производство, фиксируя для иката низкий углеродный след, минимальные отходы и сниженное водопотребление, а также подчеркивает уязвимость региона через позицию Узбекистана как 6-го экспортёра виртуальной воды, что делает переход к низководным методам экономически значимым. В сочетании с выводами по воде и экономическому росту региона [10] это задает аргумент для экспортного

позиционирования: премия за аутентичность должна быть сопряжена с измеримой ресурсной ответственностью, а не только с эстетикой.

Наконец, обсуждение каналов роста показывает, что цифровые платформы (Etsy, Amazon, Alibaba) интерпретируются как способ снижения посредничества и повышения маржи ремесленника. Однако стоит упомянуть и существующие барьеры широкой цифровизации рассматриваемого сегмента: все еще существуют логистические сложности экспорта из Узбекистана для мелких ремесленных групп, языковые барьеры ремесленников, комиссии платформ.

Локально развитие туризма в исторических центрах может поддержать прямые продажи с высокой маржей. В логике экспортной стратегии [4] это означает, что сочетание сертификации, сторителлинга и прямых каналов продаж является не маркетинговым дополнением, а механизмом перераспределения создаваемой ценности в пользу производителя, что критично для сохранения ремесла.

В Таблице 1 представлена краткая аналитическая матрица управлеченческих решений, дополняющая результаты статьи.

Таблица 1

**Инструменты снижения рисков и развития рынка узбекского
ремесла**

Контур вмешательства	Инструмент	Какой риск снижает	Метрика успеха, совместимая с данными отчета
Доказуемая аутентичность	GI и документация методов и происхождения [9, 10]	Подмена подлинника имитациями и эрозия сигнала цены	Рост доли премиальных продаж при сохранении доверия к цене
Этическая премия	Fair Trade и сопоставимая прозрачность оплаты труда [4, 8]	Социальная неустойчивость ремесла	Повышение доли покупателей, готовых платить премию 10-20%

Контур вмешательства	Инструмент	Какой риск снижает	Метрика успеха, совместимая с данными отчета
Экологическая верификация	Фиксация низководности и низкоотходности процесса [11]	Регуляторные и репутационные риски на экспортных рынках	Доступ к премиальным рынкам устойчивого текстиля
Прямые каналы монетизации	E-commerce и мастерские продаж в туристических центрах [3]	Избыточное посредничество и низкая маржа ремесленника	Рост прямых продаж и маржи без снижения ремесленной трудоемкости

Из матрицы следует, что наибольший синергетический эффект ожидается при одновременном связывании аутентичности (GI и документация), этической премии и прямых каналов доступа к покупателю.

Заключение

На материале исследования установлено, что рынок иката опирается на три устойчивых драйвера спроса: культурно-ценностное отношение потребителя, положительный эффект цены как сигнала подлинности и демографическую концентрацию спроса в женской аудитории 20-45 лет. Одновременно выявлены системные риски воспроизводимости: конкуренция имитаций с радикально более низкой ценой, разрыв между трудоемкостью ремесла и доходом ремесленника, а также угрозы трансмиссии знаний. Практический вывод состоит в следующем: для премиального сегмента, включая шелковый икат, ценовая премия становится устойчивой только при институциональной поддержке аутентичности (сертификация, GI, документирование наследия) и при настройке каналов прямого доступа к рынку, где потребительская готовность платить за этичность и культурную значимость может быть монетизирована без разрушения ремесленной базы.

Список литературы:

1. Abdullaeva F. S. Fashion in Uzbekistan: historical excursion //European Journal of Arts. – 2024. – №. 2. – C. 135-138.
2. Sukmadewi I. et al. Triggered Factors Of Gringsing Tenganan Double Ikat Commodification In The Globalization Era. E //Journal of Cultural Studies. – 2022. – T. 15. – №. 1. – C. 20-32.
3. Qodirov H. Strategy of action of Uzbekistan on the development of export of textile products //Journal of Accounting and Marketing. – 2018. – T. 7. – C. 301.
4. Di Vaio A. et al. Responsible innovation and ethical corporate behavior in the Asian fashion industry: A systematic literature review and avenues ahead //Asia Pacific Journal of Management. – 2024. – T. 41. – №. 3. – C. 1129-1173.
5. Panta N. S., Ellitan L., Wibowo W. Influence of Fashion Involvement, Attitude, and Price, Toward Purchase Intention of Ethnic Weaving //Influence of Fashion Involvement, Attitude, and Price, Toward Purchase Intention of Ethnic Weaving. – 2022. – T. 5. – №. 2. – C. 424-434.
6. Son J., Jin B. E. When do high prices lead to purchase intention? Testing two layers of moderation effects //Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. – 2019. – T. 31. – №. 5. – C. 1516-1531.
7. Amaral M. L. Millennial Generation Purchasing Behavior in Kupang: Tenun Ikat NTT //Jurnal Ilmu Managemen Dan Ekonomi. – 2019. – T. 11. – C. 57-64.
8. Weiner H. E. Wearing your ethics: investigating consumer purchase intention of ethically produced fashion products. – 2017.
9. Об охране и использовании объектов культурного наследия: Закон Республики Узбекистан от 30.08.2001 г. № 269-II. - Электронный

ресурс. - режим доступа: <https://lex.uz/docs/10375> (дата обращения: 07.01.2026).

10. Vileikis O. A Strategy Using Heritage Documentation for Managing Change of the Historic Centre of Bukhara //ISPRS Annals of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences. – 2023. – C. 269-276.

11. Habarta A. Central Asia: water and economic growth // World Economy and International Relations. 2025. Vol. 69, no. 12. P. 52-60. DOI: 10.20542/0131-2227-2025-69-12-52-60. Available at: <https://www.imemo.ru/en/publications/periodical/meimo/archive/2025/12-t-69/economy-economic-theory/central-asia-water-and-economic-growth> (дата обращения: 07.01.2026).