

Eter KharashviliE-mail: eter.kharashvili@tsu.ge

Professor, Economics and Business Faculty of

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Tbilisi, Georgia

<https://orcid.org/0000-0003-4013-7354>**Nino Lobzhanidze**E-mail: nino.lobzhanidze@tsu.ge

Assistant Professor, Economics and Business Faculty of

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Tbilisi, Georgia

<https://orcid.org/0000-0001-5830-6924>

CLOTHING MARKET: IMPACT OF INDUSTRIAL REVOLUTIONS, TRENDS AND PERSPECTIVES

Abstract: The article evaluates the role of the clothing industry in the economic development and well-being of countries. Based on bibliographic research, it analyzes the main trends in the garment sector, considering historical, economic, political, social, and other factors that influence the development of the clothing industry.

It is argued that historical industrial revolutions have had the most profound impact on the primary directions of the textile industry and the guiding principles of market development. Consequently, the key stages of garment industry development and market improvement are assessed in light of four industrial revolutions.

By using global textile industry data, the study derives the current trend and the sector's development perspective while also assessing the clothing industry's negative impact on the environment.

Based on the comparative analysis and development trends of textile and clothing production in Georgia, the main indicators of the sector are analyzed.

The study utilizes bibliographic research, analysis, synthesis, comparison, expert, matrix, factorial, and other methods. It evaluates sector-related theoretical and empirical materials and reports.

The findings provide insights into the textile market's development prospects, and recommendations for potential directions in industry development are offered.

Keywords: Clothing market, textile market, industrial revolution, trend, perspective.

JEL classification: M1; M21

ეთერ ხარაიშვილიE-mail: eter.kharaishvili@tsu.ge

პროფესორი, ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის

სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, საქართველო

<https://orcid.org/0000-0003-4013-7354>**ნინო ლობჯანიძე**E-mail: nino.lobzhanidze@tsu.ge

ასისტენტ პროფესორი, ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის

სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, საქართველო

<https://orcid.org/0000-0001-5830-6924>

ტანსაცმლის ბაზარი: ინდუსტრიული რევოლუციების გავლენა, ტენდენციები და პერსპექტივები

აბსტრაქტი. სტატიაში შეფასებულია ტანსაცმლის ინდუსტრიის როლი ქვეყნების ეკონომიკურ განვითარებასა და მოსახლეობის კეთილდღეობის ზრდაში. ბიბლიოგრაფიულ კვლევაზე დაყრდნობით გაანალიზებულია ტანსაცმლის ძირითადი ხაზები და ტანსაცმლის მოდის ინდუსტრიის განვითარებაზე მოქმედი ისტორიული, ეკონომიკური, პოლიტიკური, სოციალური და სხვა ფაქტორები.

დასაბუთებულია, რომ ტანსაცმლის მოდის ინდუსტრიის მთავარი მიმართულებები და ბაზრის განვითარების მახასიათებლები ყველაზე თვალნათლივ ისტორიულად ინდუსტრიული რევოლუციების დონეების მიხედვით იკვეთება. შესაბამისად, ტანსაცმლის მოდის ინდუსტრიის განვითარების ძირითადი ეტაპები და ბაზრის განვითარების მახასიათებლები ოთხი ინდუსტრიული რევოლუციის ფონზეა შეფასებული.

გლობალური ტანსაცმლის ინდუსტრიის მონაცემების გამოყენებით გამოვლენილია მიმდინარე პერიოდისა და პერსპექტივისთვის ამ სექტორის განვითარების ტენდენცია, შეფასებულია ტანსაცმლის ინდუსტრიის გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შედეგები.

საქართველოში ტექსტილისა და ტანსაცმლის წარმოების შედარებითი ანალიზისა და განვითარების ტენდენციების საფუძველზე გაანალიზებულია სექტორის ძირითადი მაჩვენებლები.

ნაშრომში გამოყენებულია ბიბლიოგრაფიული კვლევა, ანალიზის, სინთეზის, შედარების, ექსპერტული, მატრიცული, ფაქტორული და სხვა მეთოდები, შეფასებულია სექტორის შესახებ არსებული თეორიულ-ემპირიული მასალები და ანგარიშები.

წარმოდგენილია დასკვნები ტანსაცმლის ბაზრის გამოწვევების შესახებ და შემოთავაზებულია რეკომენდაციები ინდუსტრიის განვითარების პერსპექტიულ მიმართულებებზე.

საკვანძო სიტყვები: ტანსაცმლის ბაზარი, ტექსტილის ბაზარი, ინდუსტრიული რევოლუცია, ტენდენცია, პერსპექტივა.

JEL კლასიფიკაცია: M1; M21

შესავალი

ტანსაცმლის ინდუსტრია ბიზნესის ის სეგმენტია, რომელიც მომხმარებელს „აიძულებს“ ბრენდსა და სტილში კოლოსალური თანხები დაუნახებლად დახარჯოს. შესაბამისად, აღნიშნული ინდუსტრია მაღალშემოსავლიანია და პოზიტიური ტემპით განაგრძობს ზრდას. არსებული პროგნოზებით სამომავლოდ ზრდის ტემპი კიდევ უფრო მაღალი იქნება.

COVID 19-მა საკმაოდ ნეგატიური გავლენა მოახდინა ტანსაცმლის ბაზარზე, სავაჭრო ქსელებში საცალო გაყიდვები 28.5%-ით შემცირდა, რაც ერთ-ერთი ყველაზე მკვეთრი ვარდნა იყო ტანსაცმლის ინდუსტრიაში (Sky Ariella, 2023). თუმცა, როგორც ყველგან, პანდემიამ მოდის ინდუსტრიაშიც გააჩინა ახალი შესაძლებლობები. კერძოდ, ელექტრონულმა კომერციამ არსებითად შეცვალა მომხმარებლის მიერ ტანსაცმლის ყიდვის გზა, რაც დადებითად აისახა მოდის სამყაროზე და პოზიტიურად იმოქმედა გაყიდვების მთლიან მოცულობაზე. შესაბამისად, მოდისა და ტანსაცმლის ინდუსტრიამ ახალი სიცოცხლე შეიძინა.

ტანსაცმლის ინდუსტრიამ მთელ მსოფლიოში გაუძლო გამოწვევებს, თუმცა, დღეს იგი გარკვეულ ცვლილებებს განიცდის და ინდუსტრიის ეკონომიკური საკითხების ირგვლივ რთული და მნიშვნელოვანი დისკუსიები მიმდინარეობს. მეცნიერებსა და საზოგადოებას აინტერესებს ტანსაცმლის ინდუსტრიის განვითარების პერსპექტივები, მისი გავლენა გარემოზე, საზოგადოებაზე, ეკონომიკაზე, ჯანმრთელობის დაცვაზე და სხვა. მკვლევრების მიერ დასაბუთებულია, რომ ტანსაცმლის წარმოება უარყოფით გავლენას ახდენს ეკოლოგიურ გარემოზე, დიდ ზარალს აყენებს მსოფლიო წყალმომარაგებას, ის არის ნახშირბადის ემისიის წყარო, ნაგავსაყრელები სავსეა დამწვარი და/ან გადაყრილი ტანსაცმლით, ზოგიერთი ტანსაცმელი ადამიანის ჯანმრთელობისათვის საშიშია და სხვა.

მოდის ინდუსტრია თითქმის ორი საუკუნის განმავლობაში ვითარდებოდა და შესაბამისად, ტანსაცმლის ბაზარიც იზრდებოდა. დღეს ტანსაცმლის ბაზარი ტრილიონ დოლარზე მეტი ღირებულებით არის შეფასებული და მისი წილი გლობალური მშპ-ის 2%-ს შეადგენს (Vllaga, J., 2023). უდაოა, რომ გლობალური ტანსაცმლის ბაზარი ძალიან მომგებიანია, მისი საბაზრო ძალაუფლებაც აშკარაა, მაგრამ მომხმარებელთა პრეფერენციები მუდმივად ცვალებადია და ინდუსტრიაც ვერ ასრულებს სოციალურ და ეკოლოგიურ ამოცანებს მდგრადი განვითარებისათვის. მაშასადამე, ტანსაცმლის ინდუსტრია მთელი რიგი გამოწვევების წინაშე დგას. ამასთან, ტანსაცმლის ინდუსტრიის განვითარებას განსაზღვრავს ისტორიული, ეკონომიკური, სოციალური, ფსიქოლოგიური, პოლიტიკური და სხვა ფაქტორები. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მიზანშეწონილია, უპირველესად, ამ ფაქტორების გავლენის შეფასება ტანსაცმლის ინდუსტრიაზე და ანალიზის საფუძველზე განვითარების პერსპექტიული მიმართულებების გამოვლენა.

კვლევის მიზანი.

კვლევის მიზანია ტანსაცმლის ბაზრის შეფასება ინდუსტრიული რევოლუციების ანალიზის საფუძველზე და ინდუსტრიის განვითარების პერსპექტივებზე რეკომენდაციების შემუშავება.

კვლევის მეთოდოლოგია.

ნაშრომში გამოყენებულია ბიბლიოგრაფიული კვლევა, ანალიზის, სინთეზის, შედარების, ექსპერტული, მატრიცული, ფაქტორული და სხვა მეთოდი. დამუშავებულია და გაანალიზებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული დეპარტამენტის, საერთაშორისო სტატისტიკური მონაცემების ინფორმაციული ბაზები, შეფასებულია ვებ-გვერდებზე განთავსებული ანგარიშები.

დისკუსია და მასალების ანალიზი.

ტანსაცმლის ინდუსტრია უძველესი და ყველაზე მნიშვნელოვანი სექტორია სამყაროს ეკონომიკურ ისტორიაში. ფაქტობრივად, ტანსაცმლის წარმოების დინამიკა საზოგადოების განვითარებასთან ერთად გამოიკვეთა. კაცობრიობა ქსოვილებსა და სამოსს სხვადასხვა ცხოველური და მცენარეული ბოჭკოს ხელით ქსოვის გზით ქმნიდა საუკუნეების განმავლობაში. შეიძლება ითქვას, რომ დღეს ტანსაცმლის ბაზარზე თავბრუდამხვევი და მრავალფეროვანი ასორტიმენტია წარმოდგენილი, ტანსაცმელი „ცვივა“ მომხმარებლის კარადებიდან. შესაბამისად, ინდუსტრია მაღალმომგებიანი და უნიკალური ბიზნესია. XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან კი უპირატესი მნიშვნელობა მიენიჭა მოდურ ტანსაცმელს და დღეს მოდა განიხილება როგორც იდეოლოგია, სოციალურ-კულტურული მოვლენა და სოციალური რეგულაციის მექანიზმი, რომელიც მჭიდრო კავშირშია თანამედროვე საზოგადოების ფასეულობებთან (The Origins of Fast Fashion).

საზოგადოებაში მოდა ადამიანთა სოციალური მდგომარეობისა და სტატუსის მიმანიშნებელი გახდა. ამ საკითხებს მეცნიერები სტანდარტული ეკონომიკური თეორიების კონკურენტული და არაკონკურენტული ბაზრების მიხედვით განიხილავენ (Philip R. P. Coelho, McClure, J. E., 1993).

დღევანდელ მსოფლიოში ტანსაცმლის ინდუსტრია და კონკრეტულად მოდა გახდა ყველა ადამიანის, მათ შორის მეწარმეების ცხოვრების მნიშვნელოვანი ასპექტი. მეწარმეები არა მარტო ინოვაციური იდეებითა და ძლიერი ლიდერობის უნარებით გამოირჩევიან ტანსაცმლის მოდის ინდუსტრიაში, არამედ თვითონაც გამუდმებით ეძებენ გზებს როგორ გამოირჩეოდნენ ბიზნეს სამყაროსა და პირად ცხოვრებაში. მოდა არის ერთ-ერთი საშუალება, რომლითაც მეწარმეებს შეუძლიათ საკუთარი თავის გამოხატვა და ბიზნეს სამყაროში განაცხადის გაკეთება. შესაბამისად, წარმატებული მეწარმეები ტანსაცმლის ინდუსტრიაში პოპულარული ტენდენციების მიხედვით წარმართავენ საქმიანობას, ასევე, ბიზნესის სხვა სექტორებში ჩართულ მეწარმეებსაც სურთ გამოიყურებოდნენ პროფესიონალურად და დახვეწილად. აღნიშნულის მიხედვით მეცნიერებიც იკვლევენ ტანსაცმლის ძირითად ხაზებს (Popular Fashion Trends Followed By Top Entrepreneurs): 1. კლასიკური კოსტიუმები, რომელსაც მუდმივი მოდის ტენდენციად აფასებენ და მართლაც, ამ ხაზმა საუკუნეების განმავლობაში შეინარჩუნა ბაზარზე წამყვანი პოზიციები. კლასიკური კოსტიუმები დამზადებულია მაღალი ხარისხის ნედლეულისაგან,

ორიენტირებულია იდეალურად მორგებაზე, გამორჩეულია ფერებითა და სტილით, შესაბამისად, ფავორიტია მეწარმეებს შორის (მაგ., მარკ ცუკერბერგი, ბილ გეითსი და უორენ ბაფეტი); 2. ყოველდღიური ჩაცმის ტანსაცმელი (ჯინსები, მაისურები და სხვა), რომელიც მეწარმეებს შორის კიდევ ერთი პოპულარული მოდის ტენდენციაა. ეს ტენდენცია პოპულარულია საზოგადოებაშიც მათთვის, ვისაც სურს გამოიყურებოდეს ელეგანტურად და ამავდროულად კომფორტულად. ყოველდღიური ტანსაცმელი შესანიშნავია არაფორმალური შეხვედრებისა და ღონისძიებებისთვის. მეწარმეები, როგორცაა სტივ ჯობსი და მარკ ცუკერბერგი, ცნობილია ყოველდღიური ტანსაცმლის სიყვარულით; 3. შეკვეთით დამზადებული ტანსაცმელი პოპულარული მოდის ტენდენციაა სნობისტი ადამიანების, მათ შორის, მეწარმეებისთვის (ძირითადად მოიცავს კოსტუმებს, პერანგებს და ფეხსაცმელს.) ტიმ კუკი და ბილ გეითსი შეკვეთით დამზადებული ტანსაცმლის მიმართ გამორჩეული მეწარმეები არიან; 4. მინიმალისტური მოდა არის პოპულარული მოდის ტენდენცია მეწარმეებს შორის, რომლებსაც სურთ შეინარჩუნონ ყველაფერი მარტივი და ელეგანტური (ჯეკ დორსი და ევან შპიგელი); 5. მაღალი კლასის სპორტული ფეხსაცმელი პოპულარული მოდის ტენდენციაა მეწარმეებს შორის (მაგ., კევინ პლანკი, მარკ კუბანი); 6. განაცხადის აქსესუარები მოიცავს საათებს, სამაჯურებს და ყელსაბამებს (ელონ მასკი, ჯეფ ბეზოსი, რიჩარდ ბრენსონი და სხვ.). ეს აქსესუარები შესანიშნავი საშუალებაა ჩაცმულობაზე გარკვეული შტრიხების დასამატებლად; 7. თამამი შაბლონები მოიცავს ზოლებს, გარკვეულ წერტილებს და ყვავილების დიზაინს (რიჩარდ ბრანსონი, მარკ კუბანი). ეს შაბლონიც კარგი შესაძლებლობაა ტანსაცმელისთვის შტრიხების დასამატებლად.

ზემოთ აღნიშნული სეგმენტებით ტანსაცმლის ინდუსტრია ერთ-ერთი მაღალმომგებიანი სექტორია. სტატისტიკური მონაცემების თანახმად, ტანსაცმლის მოდის ინდუსტრია ეკონომიკის სექტორებს შორის მე-4 უმსხვილესი სექტორია. ინდუსტრიაში დასაქმებულია 3 384.1 მლნ სამუშაო ძალა. ამ სექტორში იწარმოება 3 ტრილიონი დოლარის ღირებულების პროდუქცია (Vllaga, J., 2023).

ტანსაცმლის მოდის ინდუსტრია თავისი კონცეფციით ბევრად მეტია, ვიდრე უბრალოდ ტანსაცმელი მოდის ინდუსტრიას გლობალური მნიშვნელობა აქვს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებასა და მოსახლეობის კეთილდღეობის ზრდაში. ამასთან, ტანსაცმლის მოდის ინდუსტრიის განვითარებაზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ისტორიული, ეკონომიკური, პოლიტიკური, სოციალური და სხვა ფაქტორები. ხშირად თანამედროვე მოდა კარგად დავიწყებული ძველი მოდური ტანსაცმელია. დროსა და სივრცეში მოდის ინდუსტრიის ცვალებადობის მთავარ შტრიხებს უპირატესად განსაზღვრავს არა დიზაინერები და მომხმარებელთა პრეფერენციებში მიმდინარე ცვლილებები, არამედ ისტორიული მოვლენების ფონზე ფორმირებული ფაქტორები.

აღნიშნულის დასადასტურებლად ექსპერტებს ხშირად მოჰყავთ არგუმენტები 40-იანი წლების მოდის შესახებ. ამ პერიოდში ქსოვილების ნაკლებობამ, მსუბუქი ინდუსტრიის შემცირებამ და კაცობრიობისათვის მეორე მსოფლიო ომით შექმნილმა საფრთხემ მოდურ ტანსაცმელზე მოთხოვნა ბოლო რიგებში გადაიტანა. მიუხედავად აღნიშნულისა, დღეს 40-იან წლებში შექმნილი კოსტიუმები ერთ-ერთ ყველაზე დახვეწილ სამოსად ითვლება. ამ

კოსტუმებით, რთულ ეპოქაში, ქალბატონებმა შეძლეს ელეგანტურობის შენარჩუნება. დღეს პასუხი მოსაძებნია კითხვაზე: რატომ არის დღესაც ასე მიმზიდველი ის პრაქტიკული სამოსი, რომელიც 40-იანი წლების მოდა იყო?

1940-1946 წლებში, მეორე მსოფლიო ომი საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროს განმსაზღვრელი მოვლენა იყო. ომმა რადიკალურად შეცვალა ადამიანთა ცხოვრების წესი და შესაბამისად, მოდაზე დამოკიდებულება. ამ ეპოქაში მნიშვნელოვანი იყო არა ტანსაცმლის სილამაზე, არამედ დღის წესრიგში იდგა პრაქტიკულობისა და მინიმალიზმის გადაუდებელი საჭიროება. სწორედ ამ დროს მიზანმიმართულად შემცირდა ქსოვილების მოხმარება ტანსაცმლის წარმოებაში. ომმა, დროის შესაბამისად, გამოიწვია მოდის ძირითადი ხაზებისა და სილუეტების შექმნა. პატარა ქუდეები, კიდეც უფრო თხელი შარფები, კაპიშონებიანი ქურთუკები ის მოდელები იყო, რომლებიც ჩვეულებრივი ადამიანების ცხოვრების წესს შეესაბამებოდა და განსაზღვრავდა XX საუკუნის 40-იანი წლების მოდის ისტორიის თავისებურებებს.

ტანსაცმლის მოდის ინდუსტრიის მთავარი მიმართულებები და ბაზრის განვითარების მახასიათებლები ყველაზე თვალნათლივ ისტორიულად ინდუსტრიული რევოლუციების ფონზე იკვეთება. შესაბამისად, მიზანშეწონილია ტანსაცმლის მოდის ინდუსტრიის განვითარების ძირითადი ეტაპები და ბაზრის განვითარების მახასიათებლები სწორედ ინდუსტრიული რევოლუციების ფონზე შევაფასოთ.

თითოეულმა ინდუსტრიულმა რევოლუციამ რადიკალურად გარდაქმნა ეკონომიკური სისტემები და სოციალური სტრუქტურები (Schwab, 2016). გამონაკლისი არც ტანსაცმლის ინდუსტრია იყო.

ინდუსტრიული რევოლუციის წინამორბედი ე.წ. „აგრარული რევოლუცია“ იყო, რომელიც ინგლისში დაიწყო და არსებითად შეცვალა არა მხოლოდ წარმოების წესი, არამედ საზოგადოების სტრუქტურაც, წარმოშვა ინდუსტრიული საზოგადოებისთვის დამახასიათებელი მეწარმეთა და დაქირავებული მუშახელის ჯგუფი. „ინდუსტრიული რევოლუცია“ ბამბის საფეიქრო ინდუსტრიის განვითარებას უკავშირდება. ინდოეთიდან შემოსული მოდური ბამბის ქსოვილებზე მოთხოვნის ზრდასთან ერთად გაჩნდა ტანსაცმლის წარმოების გაფართოების საჭიროებაც. მოდისა და ეკონომიკის დაკავშირება სწორედ პირველი ინდუსტრიული რევოლუციის დროს იწყება (ინდუსტრიული რევოლუცია 1.0). ამ დროს მოხდა ორი მთავარი სექტორის - სოფლის მეურნეობისა და ტექსტილის კვეთა (Mazharul I. K., 2023). სოფლის მეურნეობის სექტორი ყოველთვის თამაშობდა გადამწყვეტ როლს მოსახლეობის საკვებისა და კეთილდღეობის უზრუნველყოფაში (Kharaishvili, E., Suknishvili, M., 2021). სოფლის მეურნეობის სექტორის დაინტერესებული მხარეების ოპტიმალურმა ინტეგრაციამ და კოორდინირებულმა მოქმედებამ განაპირობა სამრეწველო ფაქტორების, ტექნოლოგიების, შუალედური წარმოებისა და მიწოდების პროცესების ოპტიმიზაცია (Gechbaia, B., Kharaishvili, E., Mushkudiani, Z., 2019). სწორედ ამ სექტორთან ერთად ვითარდებოდა ტექსტილის დარგიც.

პირველი ინდუსტრიული რევოლუციის დროს (1760-დან 1840 წლამდე) დაიწყო ქსოვილის მექანიკური წარმოება, ინდუსტრიის მექანიზაციისთვის წყალი და ორთქლი გამოიყენებოდა. მეორე ინდუსტრიულმა რევოლუციამ (1800-იანი წლების ბოლოს და 1900-იანი

წლების დასაწყისში) გამოიწვია მასობრივი წარმოება ელექტროენერგიის გამოყენებით. პირველი ორი ინდუსტრიული რევოლუციის მთავარი მიზანი წარმოების პროდუქტიულობის გაზრდა იყო მექანიზაციისა და ავტომატიზაციის გზით.

მესამე ინდუსტრიული რევოლუცია (მეოცე საუკუნის შუა ხანები) ორიენტირებული იყო მიღწეული პროდუქტიულობის მაქსიმიზაციაზე. მოგვიანებით საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარებამ წარმოშვა ახალი ბიზნეს მოდელები: სწრაფი მოდა და ელექტრონული კომერცია. შედეგად, კომპანიები (Inditex, H&M, Amazon) ტანსაცმლის ბაზარზე გავიდნენ როგორც საუკეთესო საცალო მოვაჭრეები. სოციალური მედიის პლატფორმების ზრდამ კი (Facebook, Instagram და სხვა) არსებითად შეცვალა მარკეტინგული და ბრენდინგის სტრატეგიები.

მეოთხე ინდუსტრიული რევოლუცია დაეფუძნა წინა ციფრულ რევოლუციას და დაიწყო სხვადასხვა მოწინავე ტექნოლოგიის (ხელოვნური ინტელექტი, რობოტიკა, 3D ბეჭდვა და სხვა) სინერგიული ეფექტების გამოყენება (Philbeck & Davis, 2019). მეოთხე ინდუსტრიული რევოლუციის დროს მოხდა ინდუსტრიისა და მომხმარებლების ყველაზე აქტუალური საჭიროებების სრულყოფილად დაკმაყოფილება.

მოდის ინდუსტრიაში პირველი სამი ინდუსტრიული რევოლუციის პერიოდში ძირითადად მიმდინარეობდა ტანსაცმლის წარმოებაში არაეფექტიანობის პრობლემის დაძლევა. მეოთხე ინდუსტრიულმა რევოლუციამ (4IR) ფუნდამენტურად შეცვალა ინდუსტრიის განვითარების შესაძლებლობები, მწარმოებელს მიეცა შესაძლებლობა ინდუსტრიის ზრდის ტემპების ბუნებრივ რესურსებთან პროპორციული დამოკიდებულების შესაცვლელად (Lacy, Long & Spindler, 2020).

ამრიგად, ინდუსტრიულმა რევოლუციებმა ღრმა გავლენა მოახდინა ტანსაცმლის ინდუსტრიაზე, გამოიწვია ტანსაცმლის დემოკრატიზაცია, ახალი ქსოვილებისა შექმნა, ინოვაციური მანქანების გამოგონება, სავაჭრო ქსელის განვითარება, მარკეტინგული ტექნიკის სრულყოფა. საბოლოოდ აღნიშნულმა ცვლილებებმა განაპირობა უფრო მრავალფეროვანი, ექსპერიმენტებითა და ინოვაციებით დატვირთული მოდის მიწოდება ტანსაცმლის ბაზარზე. თუმცა, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ მასობრივ წარმოებაზე ფოკუსირებამ, ასევე, გამოიწვია ტანსაცმლის ხარისხის გაუარესება და გარემოს დაბინძურება. მიუხედავად ნეგატიური გავლენებისა, ინდუსტრიულმა რევოლუციებმა გარდაქმნა ტანსაცმლისა და მოდის ინდუსტრია.

დღეს მომხმარებლის პრეფერენციები მოდის სფეროში ცვლილებას განიცდის იმ თვალსაზრისით, რომ მომხმარებელთა უმეტესობას სურს გარემოზე დადებითი გავლენის მოხდენა. კვლევებით დასაბუთებულია, რომ მომხმარებლის 88% გამოთქვამს სურვილს ბრენდები ეკოლოგიურად სუფთა გახდეს და შეიქმნას ტანსაცმლის მდგრადი ინდუსტრია. ამ პროცესს აჩქარებს მყიდველების არჩევანის ზრდა მეორად ტანსაცმელზე. 2023 წლისთვის მეორადი ტანსაცმლის ბაზრის მოცულობა 51 მილიარდ დოლარს მიაღწევს (Pareek. G., 2021). გასათვალისწინებელია ტანსაცმლისა და მოდის ინდუსტრიაში მომხმარებლის ქცევაში ასახული ცვლილებები COVID-19-ის გავლენის გამო (Nguyen, K., 2021).

სხვა პროდუქტებისაგან განსხვავებით, ტანსაცმელზე მოთხოვნის პროგნოზირება რთულია (Jin, 2004, 2006; Jin et al., 2011). მაღალმა მწარმოებლობის მიღწევამ და დანახარჯების შემცირებამ დიდი შეუსაბამობა გამოიწვია ტანსაცმელზე პროგნოზირებულ და რეალურ მოთხოვნას შორის, რაც სეზონის შემდეგ ყოველთვის წარმოქმნის დიდ დანაკარგებს ჭარბი ტანსაცმლისა და მოწყობილობების სახით. შედეგად ბოლო პერიოდში ტანსაცმლის ტრადიციულ ბიზნესში მოგების შემცირების ტენდენცია გამოიკვეთა.

გლობალური ტანსაცმლის ინდუსტრიის მონაცემების (Sky, A., 2023) ანალიზის დროს მიმდინარე პერიოდისა და პერსპექტივისთვის რამდენიმე ყურადსაღები ტენდენცია გამოიკვეთა, მათ შორის:

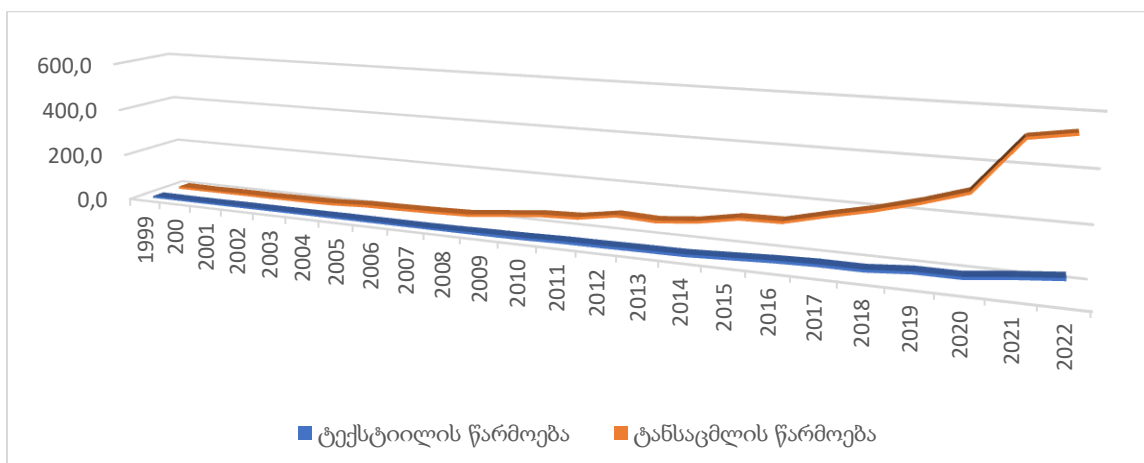
- გლობალური მოდის ინდუსტრია 2022 წლის მონაცემებით 1,7 ტრილიონ დოლარად არის შეფასებული;
- თუ ტანსაცმლის ბაზარზე 2017 წელს ზრდის ტემპი იყო 5.46% და 2020 წლისთვის ამ მაჩვენებელმა 6.2% შეადგინა;
- ტანსაცმლის ინდუსტრია გლობალური მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) 2%-ს შეადგენს.
- ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის გლობალური საცალო გაყიდვები 2019 წელს ყოველწლიურად 1,9 ტრილიონ დოლარს აჭარბებს; მოსალოდნელია, რომ ტანსაცმლის ინდუსტრიაში საცალო გაყიდვების რაოდენობა 2030 წლისთვის სამ ტრილიონ აშშ დოლარამდე გაიზრდება. ეს არის სავარაუდო წლიური ზრდის ტემპი 5.8%;
- მსოფლიოში, 3,4 მილიარდი ადამიანიდან, დაახლოებით 430 მილიონი მუშაობს მოდის, ტანსაცმლისა და ტექსტილის წარმოებაში. ამასთან, ტანსაცმლისა და ტექსტილის წარმოებაში მომუშავე ადამიანების დიდი უმრავლესობა დაფუძნებულია აზიაში;
- შემოსავლების მიხედვით მსოფლიოში წამყვანი კომპანიაა ლუის ვიტონი (LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton), 44,2 მილიარდი ევროს შემოსავალით (51,1 მლრდ დოლარი) 2021 წელს; ამ თვალსაზრისით კომპანიის კონკურენტია კრისტიან დიორი (Christian Dior Group) 44,2 მილიარდი ევროს შემოსავალით, ასევე, ფეხსაცმლის ბრენდი Nike ა 44,5 მილიარდი დოლარის მთლიანი შემოსავლით;
- 2019 წელს შეერთებულმა შტატებმა შეიძინა დაახლოებით 17 მილიარდი ღირებულების ტანსაცმელი. ერთ-ერთი მსხვილი მომხმარებელია, ასევე, ჩინეთი, 2017 წელს შეძენილია დაახლოებით 40 მილიარდი ღირებულების ტანსაცმელი.
- ტანსაცმელზე ყველაზე მეტ თანხებს ხარჯავენ ავსტრალიელები (საშუალო წლიური ხარჯით \$1050). მეორე და მესამე ადგილს ინაწილებენ კანადა და იაპონია (საშუალოდ, შესაბამისად, \$831 და \$814);
- ყველაზე მოდური ტანსაცმლის მოხმარების მხრივ, მოსახლეობის ერთ სულზე დანახარჯების მიხედვით, ლიდერი ქვეყანაა აშშ (საშუალოდ ერთ სულზე ტანსაცმელსა და ფეხსაცმელზე იხარჯება 819 დოლარი ჩინეთში მოსახლეობის ერთ სულზე დანახარჯებია 257 დოლარი);

- ტანსაცმლის გლობალურ ბაზარზე მოსალოდნელია 2020-2025 წლებში 5,5%-იანი წლიური ზრდის ტემპი (CAGR).

ტანსაცმლის ინდუსტრიის გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების მხრივ აღსანიშნავია:

- ტანსაცმლის ინდუსტრიის მიერ ნახშირბადის გამოწვევების დაახლოებით 10%-ს შეადგენს.
- ტექსტილის დაახლოებით 85% და ტანსაცმლის 57% ყოველწლიურად ნაგავსაყრელზე ხვდება;
- ოკეანეებში აღრიცხულია ტექსტილისა და ტანსაცმლის სინთეტიკური მიკრობოჭკოების 35%-ზე მეტი;
- ჯინსის ერთი შარვლის დასამზადებლად 3781 ლიტრი წყალი საჭირო (წლიურად დაახლოებით 93 მილიარდ კუბური მეტრი წყალი) და გამოიყოფა დაახლოებით 33,4 კილოგრამ ნახშირბადის ექვივალენტი.

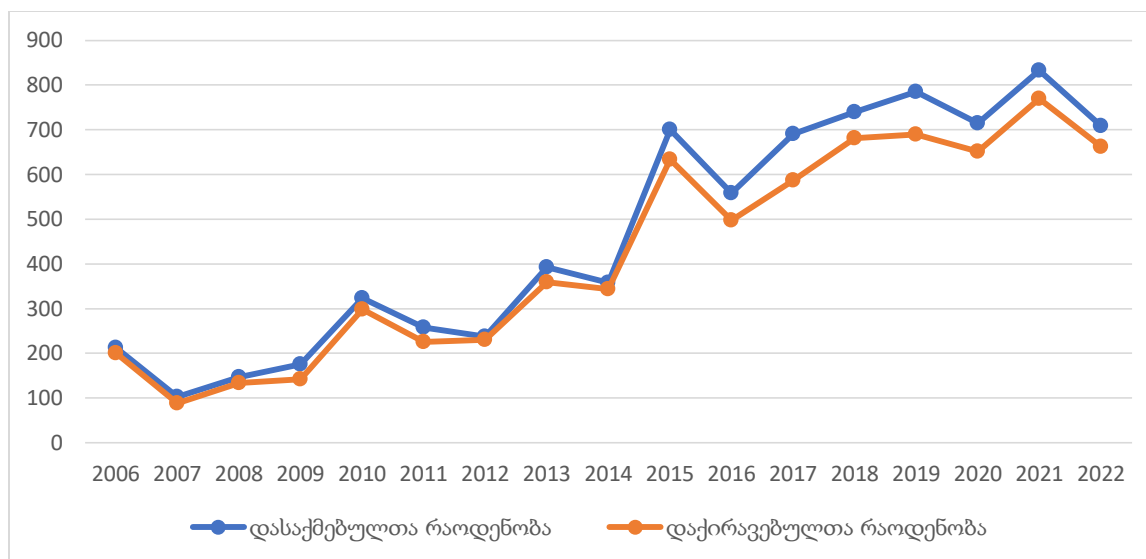
საქართველოში ტექსტილისა და ტანსაცმლის წარმოების შედარებითი ზრდის დინამიკა 2009-2010 წლიდან აღინიშნება, ხოლო 2016-2017 წლიდან გამოიკვეთა ნახტომისებური ზრდის ტენდენცია (იხ. დიაგრამა 1).



დიაგრამა 1. ტექსტილისა და ტანსაცმლის წარმოება საქართველოში 1999-2022 წლებში (მლნ ლარი)

წყარო: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/77/mretsveloba>

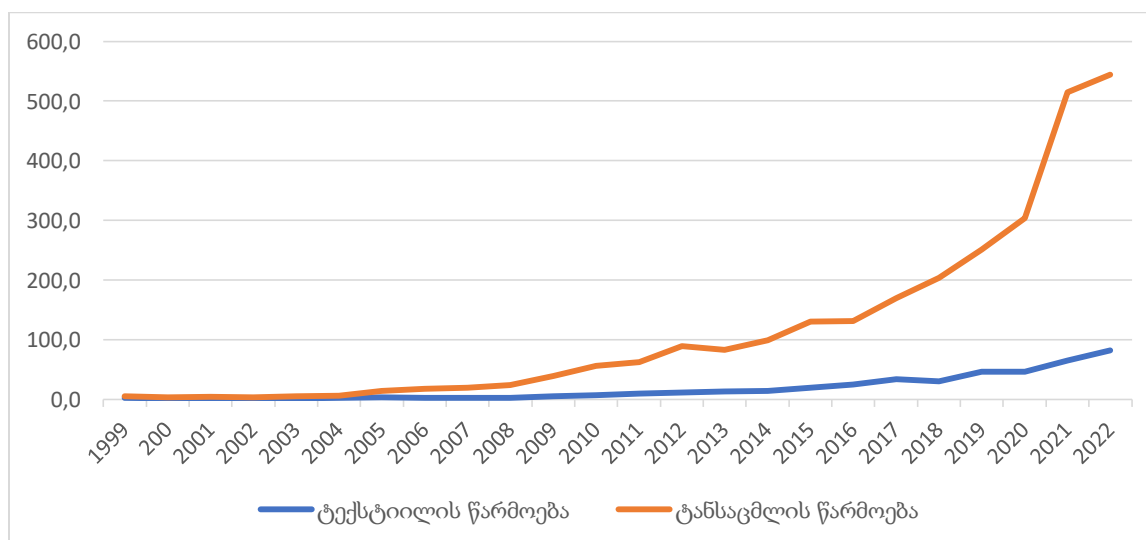
ტექსტილისა და ტანსაცმლის წარმოების ტენდენციის შესაბამისად საქართველოში, 2006-2022 წლებში, ცვალებადია დასაქმებულთა და დაქირავებულთა რაოდენობაც (იხ. დიაგრამა 2).



დიაგრამა 2. ტექსტილის წარმოებაში დასაქმებულთა და დაქირავებულთა რაოდენობა საქართველოში 2006-2022 წლებში (კაცი)

წყარო: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/77/mretsveloba>

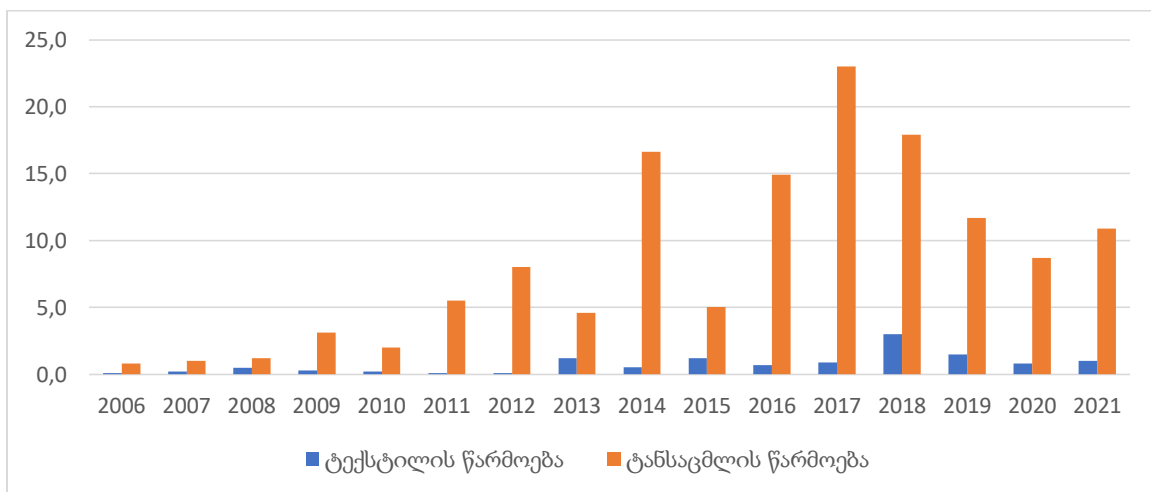
რაც შეეხება საქართველოში ტექსტილისა და ტანსაცმლის წარმოების ბრუნვის მოცულობას, ეს მაჩვენებლებიც, 1999-2022 წლებში, თავდაპირველად თანაბარზომიერი განვითარებით ხასიათდებოდა, ბოლო პერიოდში კი ნახტომისებური ზრდა აღინიშნება (იხ. დიაგრამა 3).



დიაგრამა 3. ტექსტილისა და ტანსაცმლის წარმოების ბრუნვის მოცულობა საქართველოში 1999-2022 წლებში (მლნ ლარი)

წყარო: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/77/mretsveloba>

ტექსტილისა და ტანსაცმლის წარმოებაში განხორციელებული ინვესტიციების მოცულობა 2006-2021 წლებში ცვალებადი ტენდენციისაა. უნდა აღინიშნოს, რომ აღნიშნული დარგი მცირე და საშუალო ბიზნესის ნაწილს წარმოადგენს და შესაბამისი ბიზნეს გარემოს განვითარებასაც უწყობს ხელს. ამას ხელს უწყობს ისიც, რომ საქართველოში მცირე და საშუალო ბიზნესისკენ მიმართული რეფორმების განხორციელების შედეგად მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა ბიზნეს გარემო ამ სექტორში, შემსუბუქდა ბიზნეს საქმიანობასთან დაკავშირებული ადმინისტრაციული ბარიერები და მოქნილი გახდა სახელმწიფო სერვისების მიწოდება (Kharaishvili, Lobzhanidze, 2023). ამასთან, აშკარად გამოკვეთილია ერთი საინტერესო ტენდენცია - ტანსაცმლის წარმოებაში განხორციელებული ინვესტიციების მოცულობა მნიშვნელოვნად ჭარბობს ტექსტილის წარმოებაში ჩადებულ ინვესტიციებს(იხ. დიაგრამა 4).



დიაგრამა 4. ტექსტილისა და ტანსაცმლის წარმოებაში განხორციელებული ინვესტიციები 2006-2021 წლებში (მლნ ლარი)

წყარო: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/77/mretsveloba>

საქართველოში ტექსტილისა და ტანსაცმლის ექსპორტ-იმპორტის ანალიზი აჩვენებს, რომ ტექსტილის ძირითადი იმპორტი შემდეგი ქვეყნებიდან ხორციელდება: ჩინეთი, თურქეთი, რუსეთის ფედერაცია, უკრაინა და გერმანია. იმპორტის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი ჩინეთის შემთხვევაშია დაფიქსირებული. 2018 წელს, იმპორტის ღირებულებამ 3 397 ათასი აშშ დოლარი შეადგინა, ხოლო თურქეთის შემთხვევაში 2015 წელს ამ მაჩვენებელმა 2 000-ს აშშ დოლარს გადააჭარბა. ტანსაცმლის ძირითადი იმპორტიორი ქვეყანაა თურქეთი, ჩინეთი, იტალია, ესპანეთი, გერმანია.

ტექსტილის ძირითადი ექსპორტი შემდეგ ქვეყნებში ხდება: ნიდერლანდები, სომხეთი და აზერბაიჯანი, ხოლო ტანსაცმლის ძირითადი ექსპორტი განხორციელებულია თურქეთში. ასევე, აზერბაიჯანსა და იტალიაში. პერსპექტივაში საქართველოში ტანსაცმლის ინდუსტრიის სექტორში კვლავ ზრდის ტენდენცია იკვეთება (საქართველოს ტანსაცმლის ინდუსტრია 2023-2027 წწ), თუმცა, აუცილებელია გლობალურ ბაზარზე გამოვლენილი ნეგატიური მხარეების გათვალისწინება. ამისათვის, პირველ რიგში, აუცილებელია შესაბამისი საგანმანათლებლო სისტემის ჩამოყალიბება და მუდმივი განვითარება, მით უფრო, რომ

დისტანციური სწავლების რეჟიმი სულ უფრო აქტუალური გახდა. გეოგრაფიული მანძილის გამო განათლება, კლასიკური გაგებით, მიუწვდომელია მსოფლიოს მოსახლეობის დიდი ნაწილისთვის, გლობალიზაციის პირობებში კი ვირტუალური ეკონომიკის განვითარება შესაძლებელი გახდა (Kharaishvili, Lobzhanidze, 2022). განათლების ტენდენციების გაცნობა მსოფლიო მასშტაბით სულ უფრო ხელმისაწვდომია, რაც მოდის ინდუსტრიის სექტორის განვითარებისათვის აუცილებელ წინაპირობას წარმოადგენს.

ამრიგად, ტანსაცმლის ინდუსტრიას გლობალური მნიშვნელობა აქვს ეკონომიკური, სოციალური, კულტურული, ისტორიული თვალსაზრისით. თუმცა, ინდუსტრიაში გამოკვეთილი პრობლემების გამო სერიოზული ცვლილებებია საჭირო როგორც ტექსტილის, ისე ტანსაცმლის წარმოებაში პერსპექტივაში მნიშვნელოვანია ტანსაცმლის ინდუსტრიის განვითარება მდგრადი განვითარების პრინციპების დაცვით, ამისათვის, თავის მხრივ, აუცილებელია მომხმარებლის ტანსაცმლის არჩევანში ზომიერების კულტურის გამომუშავება.

References

1. National Statistical Office of Georgia (2023). Geo., Industry > Release of products (million GEL) <<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/77/mretsveloba>>
2. National Statistical Office of Georgia (2023). Geo., Industry > Number of employees/number of employees <<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/77/mretsveloba>>
3. National Statistical Office of Georgia (2023). Geo., Industry > Investments in fixed assets <<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/77/mretsveloba>>
4. A study of the textile and clothing manufacturing industry (2018). <https://agic.ge/wp-content/uploads/2020/06/Textile-and-Clothing-Manufacturing-Industry-Benchmark-Survey-GEO.pdf>
5. clothing market. Georgian clothing industry 2023-2027 <https://www.reportlinker.com/report-summary/Apparel/121220/Georgian-Clothes-Industry.html>
6. [Byoungcho Ellie Jin](#) & [Daeun Chloe Shin](#) (2021). The power of 4th industrial revolution in the fashion industry: what, why, and how has the industry changed? [Fashion and Textiles](#). Volume 8, Article number: 31 <https://fashionandtextiles.springeropen.com/articles/10.1186/s40691-021-00259-4>
7. Gechbaia, B., Kharaishvili, E., Mushkudiani, Z. (2019). The Trends of Producing Agro-Food Products and Export Innovative Marketing Strategy in Georgia. *Economics. Ecology. Socium* 2019, 3, 1-10. <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2019.3.3-1>
8. Kharaishvili E., Lobzhanidze N., (2022). Sustainable Education Challenges through Distance Learning (case of Georgia). *Innovative Economics and Management*, 9(2), 45-56. DOI: <https://doi.org/10.46361/2449-2604.9.2.2022.45-56>
9. Kharaishvili E. & Lobzhanidze N. (2023). Challenges and Opportunities for Promoting Sustainable Development in Small and Medium-Sized Enterprises (Case of Georgia). *Medicon Agriculture & Environmental Sciences*, Volume 4, Issue 5, p. 5-15. <https://doi.org/10.55162/MCAES.04.110>
10. Kharaishvili, E., Suknishvili, M. (2021). Agribusiness Development Trends in Georgia: Modern Challenges and Solutions. *Economics. Ecology. Socium* 2021, 5, 29-38. <https://doi.org/10.31520/2616-7107/2021.5.4-4>

11. Lacy, Long & Spindler (2020). The circular economy handbook: Realizing the circular advantage, Palgrave Macmillan, UK, 2020. <https://scindeks.ceon.rs/Article.aspx?artid=0352-34622002601B>
12. Nguyen, K. (2021). How has COVID-19 have an impact towards consumer behaviour within the fashion industry?
13. [Pareek, G.](#) (2021). The changing of consumer preferences and Fast Fashion brand. Retrieved from - <https://medium.com/@garima.17400/the-changing-of-consumer-preferences-and-fast-fashion-brand-711a4a9256df>
14. Philip R. P. Coelho, McClure, J. E., (1993). TOWARD AN ECONOMIC THEORY OF FASHION. [Volume 31, Issue 4.](#) Retrieved from - <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1465-7295.1993>
15. Philbeck & Davis (2019). The Fourt Industrial Revolution: Shaping a New Era. <https://jia.sipa.columbia.edu/fourth-industrial-revolution-shaping-new-era>
16. Popular Fashion Trends Followed By Top Entrepreneurs. Retrieved from- <https://e4fconnect.com/popular-fashion-trends-followed-by-top/>
17. Vllaga, J. (2023), “Fashion industry statistics: The 4th biggest sector is way more than just about clothing”. Retrieved from - <https://fashinnovation.nyc/fashion-industry-statistics/>
18. Sky, A. (2023), “28 Dazzling fashion industry statistics [2023]: How much is the fashion industry worth”. Retrieved from - <https://www.zippia.com/advice/fashion-industry-statistics/#:~:text=Out%20of%20the%20global%20workforce,world's%20clothes%2C%20shoes%20and%20accessories.>
19. Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. World Economic Forum.
20. Mazharul, I. K. (2023). Industrial Revolution and Its Impact in Textile Industry Retrieved from - <https://textilelearner.net/industrial-revolution-and-its-impact-in-textile-industry/>
21. The Origins of Fast Fashion: From The Industrial Revolution to ZARA. Retrieved from - <https://impakter.com/the-origins-of-fast-fashion-from-the-industrial-revolution-to-zara>