УДК 004.432
DOI 10.33514/1694-7851-2025-3/1-618-624

Садырова М.Р.
ага окутуучу
И. Арабаев атындагы Кыргыз мамлекеттик университети
Бишкек ш.
sadyrova.m.r@mail.ru
Барганалиева Ж.К.
ага окутуучу
И. Арабаев атындагы Кыргыз мамлекеттик университети
Бишкек ш.
barganalieva@mail.ru
Смайылбек кызы Ч.
ага окутуучу
И. Арабаев атындагы Кыргыз мамлекеттик университети
Бишкек ш.
smayylbekova@mail.ru

ТИГҮҮ ӨНДҮРҮШҮ ҮЧҮН ВЕБ САЙТТЫ ИШТЕП ЧЫГУУ

Аннотация. Макалада тигүү өндүрүшү үчүн веб-сайтты иштеп чыгуунун негизги аспектилери талкууланат, анын актуалдуулугу бизнести санариптештирүү өсүп жатканына жана жаңы кардарларды тартуу зарылдыгына байланыштуу. Өзгөчө көңүл тигүү өндүрүшү үчүн веб-сайтын проектирлөө өзгөчөлүктөрүнө бурулат, мисалы, продукт визуализациясы, навигациянын оңойлугу жана заказдарды башкаруу системалары менен интеграция. Макалада CMS WordPress сыяктуу сайттын функционалдуулугун ишке ашыруу үчүн заманбап технологиялар жана куралдар, ошондой эле SEO оптималдаштыруу ыкмалары сунушталат. Вебсайтты оптималдаштыруу үчүн плагиндерди, темаларды жана куралдарды тандоо боюнча сунуштар берилген. Адаптивдүүлүгү, навигациянын оңойлугу жана визуалдык жагымдуулугу сыяктуу маанилүү элементтер, ошондой эле сапаттуу контентке болгон муктаждык сүрөттөлөт. Изилдөөнүн натыйжалары эффективдүү веб-сайт түзүүгө кызыкдар тигүү өндүрүшүнүн ээлери үчүн пайдалуу болушу мүмкүн.

Негизги сөздөр: тигүү өндүрүшү, веб-иштеп чыгуу, веб-сайт, CMS WordPress, SEO оптималдаштыруу, контент, плагин, маалымат ресурсу, онлайн өкүлчүлүк, санарип платформа, дизайн.

Садырова М.Р.
старший преподаватель
Кыргызский государственный университет имени И.Арабаева
г. Бишкек
Барганалиева Ж.К.
старший преподаватель
Кыргызский государственный университет имени И.Арабаева
г. Бишкек
Смайылбек кызы Ч.

старший преподаватель
Кыргызский государственный университет имени И.Арабаева
г. Бишкек

РАЗРАБОТКА ВЕБ-САЙТА ДЛЯ ШВЕЙНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые аспекты разработки веб-сайта для швейного производства, актуальность которого обусловлена растущей цифровизацией бизнеса и необходимостью привлечения новых клиентов. Особое внимание уделено особенностям проектирования сайта для швейного производства, таким как визуализация продукции, удобство навигации и интеграция с системами управления заказами. В статье предложены современные технологии и инструменты для реализации функционала сайта, такие как CMS WordPress, а также методы SEO-оптимизации. Приводятся рекомендации по выбору плагинов, тем и инструментов для оптимизации сайта. Описываются важные элементы, такие как адаптивность, удобство навигации и визуальная привлекательность, а также необходимость качественного контента. Результаты исследования могут быть полезны для владельцев швейных производств, заинтересованных в создании эффективного онлайн-представительства.

Ключевые слова: швейное производство, веб-разработка, веб-сайт, CMS WordPress, SEO-оптимизация, контент, плагин, информационный ресурс, онлайн-представительство, цифровая платформа, проектирование.

Sadyrova M.R.
senior lecturer
Kyrgyz state university named after I. Arabaev
Bishkek c.
Barganalieva Zh.K.
senior lecturer
Kyrgyz state university named after I. Arabaev
Bishkek c.
Smayylbek kyzy Ch.
senior lecturer
Kyrgyz state university named after I. Arabaev
Bishkek c.

WEBSITE DEVELOPMENT FOR SEWING PRODUCTION

Abstract. The article discusses key aspects of developing a website for a clothing production company, the relevance of which is due to the growing digitalization of business and the need to attract new customers. Particular attention is paid to the design features of a website for a clothing production company, such as product visualization, ease of navigation, and integration with order management systems. The article offers modern technologies and tools for implementing the functionality of the site, such as CMS WordPress, as well as SEO optimization methods. Recommendations are provided for choosing plugins, themes, and tools for website optimization. Important elements such as adaptability, ease of navigation, and visual appeal, as well as the need for

quality content, are described. The results of the study may be useful for owners of clothing production companies interested in creating an effective online presence.

Keywords: sewing production, web development, website, CMS WordPress, SEO optimization, content, plugin, information resource, online presence, digital platform, design.

Научная новизна данного исследования заключается в разработке комплексной методики создания и внедрения веб-сайта для субъектов швейной промышленности Кыргызстана, адаптированной к специфике регионального рынка и уровню цифровизации отрасли. Методика включает модель оценки эффективности цифрового канала для *B2B* и *B2C*-сегментов, а также алгоритм выбора технологического стека, оптимизированный под ограниченные бюджеты малых и средних предприятий.

Практическая значимость работы состоит в предоставлении владельцам швейных производств конкретного, поэтапного плана по созданию эффективного онлайн-представительства [4, с. 107; 5, с. 152]. Предложенное решение на базе WordPress и WooCommerce является экономически эффективным, масштабируемым и позволяет решать ключевые бизнес-задачи: от привлечения клиентов до автоматизации операционных процессов. Результаты внедрения на примере производства «Black Z» демонстрируют повышение ключевых метрик бизнеса.

В Кыргызстане швейное производство является одной из важных отраслей текстильной промышленности. В стране существует несколько десятков крупных швейных предприятий и множество швейных цехов, занимающихся производством готовой одежды, текстильных изделий и других товаров. Кыргызстан является частью Центральной Азии и имеет определенные преимущества в текстильной промышленности благодаря доступным трудовым ресурсам и расположению вблизи основных рынков сбыта, таких как Казахстан, Россия и другие страны, являющиеся членами Евразийского экономического союза.
В швейной промышленности Кыргызстана существует сильная конкуренция как на внутреннем, так и на внешних рынках. Для укрепления позиций на рынке необходимы современные инструменты продвижения, среди которых ключевым является корпоративный веб-сайт [9, с. 108].

Исследование проводилось в несколько этапов [6, с. 34-38]:

1. Аналитический этап: Проведен анализ конкурентной среды швейного производства в Кыргызстане, изучены сайты основных игроков рынка. Методом экспертных интервью с владельцами и менеджерами предприятий были выявлены ключевые боли и потребности: привлечение новых B2B-клиентов, упрощение процесса согласования заказов, демонстрация портфолио.
2. Этап проектирования: На основе собранных данных были сформулированы цели, задачи и требования к функционалу веб-сайта. Разработана карта сайта (sitemap) и пользовательские сценарии (user flow) для различных типов аудитории (оптовый клиент, розничный покупатель).
3. Технологический этап: Осуществлен сравнительный анализ систем управления контентом (CMS) по критериям: стоимость владения, простота администрирования, наличие необходимых функций и простота интеграции. В результате был обоснован выбор стека технологий.

4. Этап внедрения и тестирования: Реализован прототип сайта для производства «Black Z». Проведено модульное тестирование функциональных блоков, кросс-браузерное и кросс-платформенное тестирование, а также usability-тестирование с привлечением фокус-группы.
5. Оценочный этап: После запуска сайта в течение 3 месяцев проводился мониторинг ключевых показателей эффективности (KPI) для оценки результатов внедрения.

Цель веб-сайта швейного производства направлена на повышение эффективности бизнеса, улучшение взаимодействия с клиентами и укрепление позиций на рынке. Сайт должен быть не только визитной карточкой компании, но и функциональным инструментом.

Основные задачи сайта швейного производства включают в себя:

- Позиционирование. Создание уникального имиджа компании. Для реализации этой стратегии важно сочетать визуальную привлекательность, удобство, контент и акцент на уникальности компании.
- Масштабирование. Расширение компании, увеличение продаж и географическая экспансия за счет SEO, интеграции с социальными сетями и платформ электронной коммерции [2, с. 145-150].
- Поиск сотрудников. Размещение информативного раздела "Вакансии" для привлечения квалифицированных специалистов.
- Автоматизация бизнес-процессов. Повышение эффективности работы компании за счет создания личных кабинетов, интеграции с CRM и перевода документооборота в электронный формат.

Объектом исследования данной работы является швейное производство «Black Z». Для реализации его веб-сайта был выбран комплекс технологий, обеспечивающий оптимальное соотношение функциональности, масштабируемости и экономической эффективности. Основу составила система управления контентом WordPress 6.0+ , выбранная по следующим критериям [2, с. 56-60; 3, с. 72-75]:

- Открытая архитектура с поддержкой кастомных плагинов и тем
- Интеграционная способность с ERP- и CRM-системами
- Мультиязычная поддержка (WPML plugin)
- SEO-оптимизированное ядро с поддержкой schema-разметки [1, с. 203-205]
- Адаптивность к мобильным устройствам по принципу mobile-first [6, с. 45-48]

Дополнительные технологические компоненты:

- Электронная коммерция: WooCommerce 7.0 [2, с. 178-182]
- Безопасность: двухфакторная аутентификация и ежедневное резервное копирование.

После запуска сайта и проведения 3-месячной SEO-кампании по продвижению в региональном сегменте («пошив одежды в Бишкеке») были зафиксированы следующие предварительные результаты на примере предприятия «Black Z»:

- Увеличение количества входящих заявок через формы сайта на **40%** по сравнению с предыдущим периодом, когда основным каналом был Instagram.
- Снижение нагрузки на менеджеров за счет автоматической регистрации заказов в системе и их классификации.
- Появление первых B2B-клиентов из Казани, которые нашли производство через поисковые системы.

Ожидаемый эффект в долгосрочной перспективе (12 месяцев) включает: увеличение общей конверсии на 25%, сокращение операционных расходов на обработку заказов на 15% и выход на новые рынки стран ЕАЭС за счет усиления онлайн-присутствия.

Разработанный веб-сайт отражает информацию о производстве и производственных мощностях, об услугах, имеется каталог продукции, включая фотографии, описания, технические характеристики и цены. На сайте есть портфолио проектов, прейскуранты цен и интернет-магазин. Налажена обратная связь с покупателями и клиентами в виде формы обратной связи.

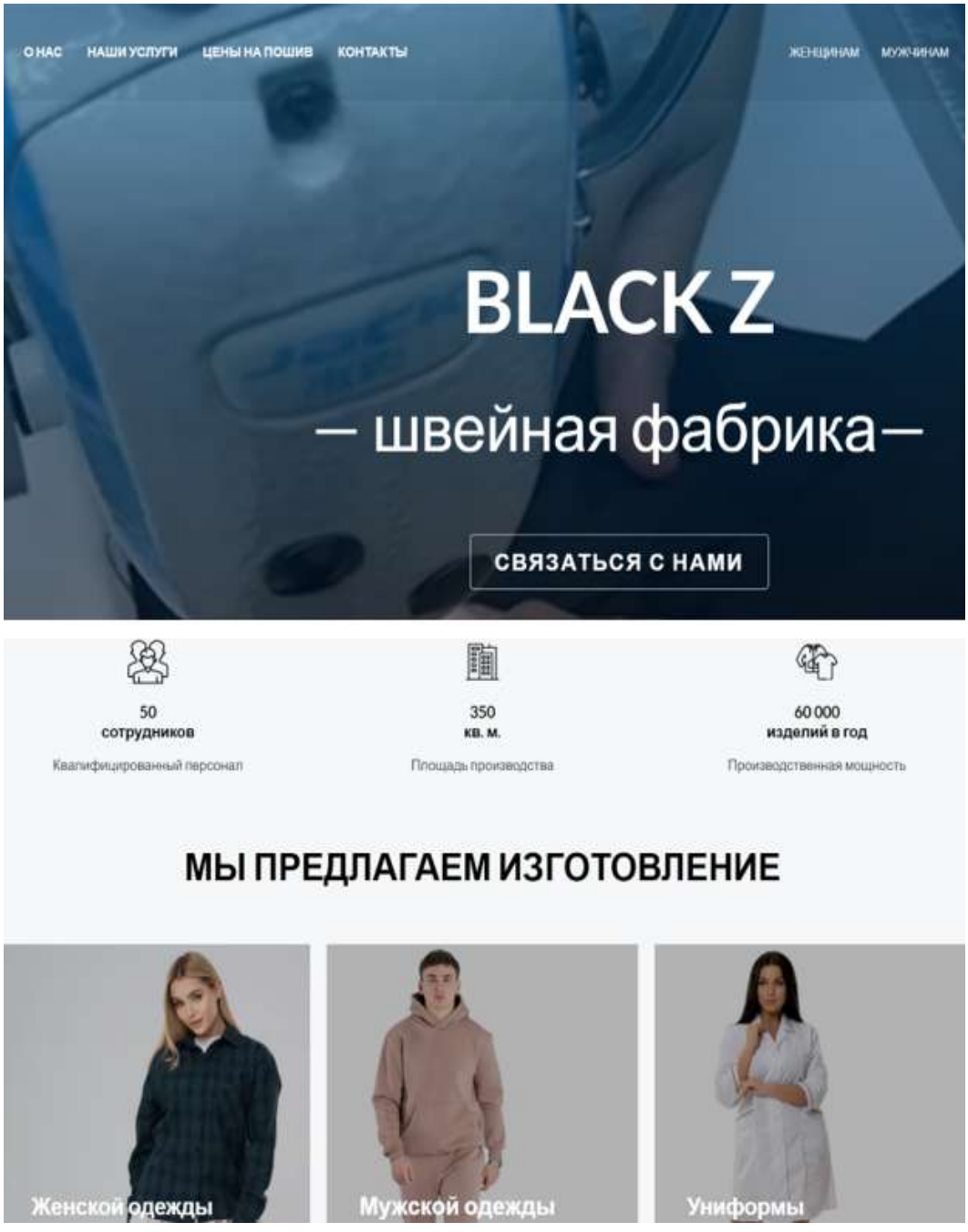

Рисунок 1, Главная страница веб-сайта швейного производства BlackZ.

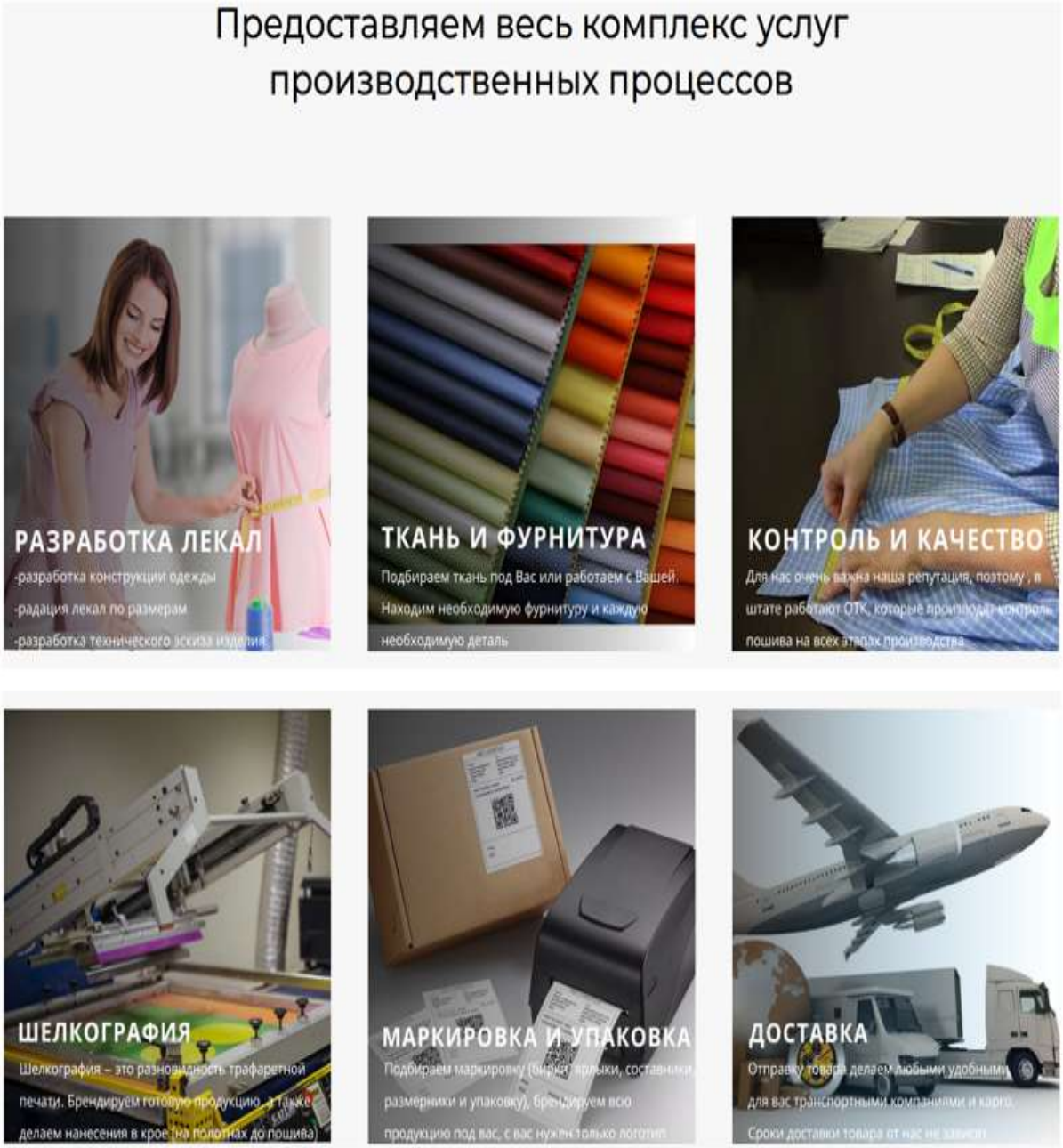

Рисунок 2, Страница «Услуги» сайта швейного производства BlackZ .

Предложенная в исследовании методика и ее успешная апробация подтверждают, что создание профессионального веб-сайта на современном технологическом стеке является действенным инструментом повышения конкурентоспособности швейного производства в условиях цифровой экономики [7, с. 132; 8, с. 129-130].

Список использованной литературы

1. Иванов, А. А. SEO: практическое руководство по продвижению сайта / А. А. Иванов. – М.: Бомбора, 2023. – 320 с.
2. Кедлек, К. WordPress для профессионалов: Разработка и дизайн сайтов / К. Кедлек; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2023. – 400 с.: ил. – (Серия «Бестселлеры O’Reilly»).
3. Молочков, В. П. Создание сайтов и лендингов на WordPress и Elementor с нуля. – СПб.: БХВ-Петербург, 2024. – 288 с.: ил. – ISBN 978-5-9775-1759-1.

4. Садырова, М. Р., Смайылбек, К. Ч., Чалбаева, Л. Ж. Разработка веб-сайта для кейтеринговой компании // Наука и инновационные технологии. – 2022. – № 4 (25). – С. 105–113.
5. Смайылбек, К. Ч., Ачекеев, К. С., Садырова, М. Р., Керимов, У. Т. Разработка веб-сайта для дошкольного образовательного учреждения (на примере ДОУ «Алтын Уя») // Наука и инновационные технологии. – 2021. – № 2 (19). – С. 150–155.
6. Садырова, М. Р. HTML и CSS на примерах: учебно-методическое пособие для студентов высших учебных заведений. – Бишкек: Кут-Бер, 2015. – 112 с.
7. Смирнов, Е. В. Управление конкурентоспособностью предприятий текстильной и легкой промышленности / Е. В. Смирнов. – Иваново: ИвГПУ, 2021. – 180 с.
8. Петрова, С. И. Маркетинг в индустрии моды и текстиля: тенденции и цифровизация // Российское предпринимательство. – 2022. – Т. 23, № 5. – С. 124–135.
9. Садырова, М. Р. Теоретические основы создания веб-сайта библиотеки // Вестник КГУ им. И. Арабаева. – 2013. – № 2. – С. 107–109.

Рецензент: кандидат технических наук, и.о. доцента Керимов У.Т.