

CAF

CENTRAL ASIA FASHION

SPRING-2024

11-13.03.2024

Almaty, Kazakhstan
г. Алматы, Казахстан

33 МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА МОДЫ INTERNATIONAL FASHION EXHIBITION

Создавая новые возможности

Spring-2024



Глокализация Центральной Азии. Цифровизация и бизнес

На бизнес-конференции 33-й Международной выставки моды Central Asia Fashion, ведущие эксперты в сфере социологических и маркетинговых исследований Казахстана и дизайнеры-производители модной индустрии обсудили тему глокализации в локальном пространстве Центральной Азии, получившей название - «глокализация».



Спикеры панельной дискуссии «Глокализация Центральной Азии» (слева на право): Евгений Скуратов, Наталья Оспанова, Светлана Черненко, Милена Ершова, Айгуль Касымова, Залкар Аскардали Уулу

Эксперты бизнес-конференции Central Asia Fashion обсудили тему «Глокализации Центральной Азии» с точки зрения новых технологий и бизнеса. Спикер панельной дискуссии, эксперт в сфере IT и телекома – Светлана Черненко рассказала о новых цифровых трансформациях бизнеса, трансграничной торговле и безналичных платежах населения и бизнеса. А дизайнеры-производители Айгуль Касымова из Казахстана и Залкар Аскардали из Кыргызстана, обсудили как выглядит новый горизонт с реальными «окнами возможностей» для модного бизнеса Центральной Азии?

В ходе оживленной дискуссии специалисты сошлись во мнении, что, сейчас как никогда сложились наиболее благоприятные условия для роста и развития бизнеса в Центральной Азии, при этом наиболее подготовленные и «гибкие» игроки получили реальную возможность масштабироваться и заявить о своем бизнесе на международном уровне.



Спикеры панельной дискуссии «Глокализация Центральной Азии» (слева на право): Евгений Скуратов, Наталья Оспанова, Светлана Черненко, Милена Ершова, Айгуль Касымова, Залкар Аскарали Уулу

Новые цифровые трансформации бизнеса

Рассказывая о новых цифровых трансформациях бизнеса, трансграничной торговле и безналичных платежах населения эксперт панельной дискуссии, глава представительства iKS-Consulting в Казахстане – Светлана Черненко отметила, что «цифровой лайфстайл» стал своеобразным образом жизни во всем мире, а не только казахстанцев, и послужил своеобразным показателем процесса цифровой трансформации.

«Сегодня уже никто не отвергает «цифровой лайфстайл» и правильно делает. Люди пришли к тому, что телеком и it вышли действительно на службу обществу. Долгий процесс создания телекоммуникационной инфраструктуры позволил наконец-то всему населению пользоваться благами цифровизации. Все то, что сейчас делают айтишники, больше не является, как казалось раньше, игрушками в руках самих айтишников, а служит наконец-то на благо общества».



Спикер панельной дискуссии бизнес-конференции CAF: глава представительства iKS-Consulting в Казахстане - Светлана Черненко (Казахстан, Алматы)

Эксперт Светлана Черненко представила аудитории аналитические данные официальной статистики РК, об объеме рынка электронной коммерции, которые реально подтверждают факт стремительного и лавинообразного роста в данном направлении. Специалист заметила, что за последние 5 лет стремительно

поменялось отношение к электронной коммерции. И все это результат возможностей, которые теперь на службе у населения и бизнеса, чтобы эти услуги в цифровом виде продавать.

«Несколько лет подряд мы наблюдаем огромный, кратный рост электронной коммерции в стране. Если в 2016 году объем рынка E-commerce составлял 159 миллиардов тенге, то по итогам прошлого года – это уже триллионы, а если точнее, то 3.150 млрд. тенге.

Уже невозможно игнорировать продажи, осуществляемые через маркетплейсы, торговые площадки и агрегаторов услуг. Все они безусловно являются мощным драйвером развития электронной коммерции. Неоспоримый факт, подтвержденный аналитическими данными и реальными цифрами: сейчас услуги и товары, продаваемые через маркетплейсы, практически в два раза превосходят тот объем, который совершают продавцы через собственные ресурсы, свои сайты, представительства в социальных сетях. Это не просто удобно, но и выгодно, продавцам и покупателям. Сейчас можно смело говорить о том, что практически все население Казахстана является пользователями электронных услуг, осуществляет электронные продажи и совершает электронные покупки. Ведь более 50% всех товаров, проданных в электронном виде, то есть сделки - совершены онлайн.

Сейчас на долю товаров, проданных через маркетплейсы, приходится 57%, а на долю услуг, оказанных в электронном формате, через агрегаторы или маркетплейсы, практически 80%. Тренд явный, устойчивый, поэтому им нужно активно пользоваться и извлекать максимальную выгоду – заключает эксперт Светлана Черненко. В целом, в пользу выгоды данного подхода говорит и тот факт, что доля реализации товаров и услуг малыми предприятиями через маркетплейсы сегодня составляет 93%. А это значит, что это действительно важный и серьезный инструмент для развития малого бизнеса и предпринимательства».



Слайд из презентации Светланы Черненко. Рынок электронной коммерции Казахстана

Безналичные платежи населения и бизнеса

Спикер бизнес-конференции САФ отмечает, что такого развития электронной коммерции в Казахстане возможно не было, если бы не возник тренд на безналичные электронные платежи. И здесь ситуация, в целом видна с еще большей динамикой. Например, с 2019 года объем безналичных карточных транзакций вырос в 10 раз. В настоящее время, по статистике за 2023 год, он уже составляет 142 трлн. тенге.

«Если разделить общий объем наличности, снятой с карточек, на количество транзакций, то получится сумма приблизительно в районе 100 тысяч тенге. А это значит, что наличные деньги в Казахстане сейчас, в основном снимают пенсионеры. Все остальные жители страны свободно рассчитываются безналичным способом: qr-кодом, картой, переводом и т.д. В структуре безналичных платежей мы четко можем наблюдать, что 17% от всех оплат – это POST терминалы и QR коды, и 83% - оплата через интернет. Это значит, что население доверяет интернет-платежам и продавцам нет повода бояться и тем более бессмысленно упускать аудиторию, которая готова платить».

Начало этого года ознаменовалось сюрпризом для ритейлеров страны, когда законодательно разделили коммерческие и личные переводы. Возник слух, что предприниматели стали предпочитать наличные деньги для оплаты услуг. В добавок к этому, свой градус тревожности добавили данные об обязательном декларировании доходов казахстанцев. Однако все эти факты и причины уже никак не смогли повлиять на тренд с безналичными платежами в стране. Уверена, что в дальнейшем оплата безналичными как в Казахстане, так и всей Центральной Азии будет только возрастать и саморегулироваться. А вся

обеспокоенность у предпринимателей по поводу необходимости декларирования доходов, преувеличена и является исключительно следствием недопонимания и недоосведомленности, и недоинформированности населения страны.



Слайд из презентации Светланы Черненко. Безналичные платежи в Казахстане

Комментируя необходимость разделения на коммерческие и личные переводы, эксперт так же подчеркнула, что осуществлять для бизнеса платежи в не регистрируемом формате – это не только незаконно, а еще и не дальновидно. В качестве информативного отступления специалист привела пример про «январские события», когда пострадало много торговых предприятий и те компании, которые вели абсолютно «белую бухгалтерию», и смогли предоставить все необходимые документы в государственные структуры, получили компенсацию ущерба.

«Вот вам, пожалуйста и эффект «белой кассы», с компенсацией. Резюмирую - «белая касса» еще никому не навредила! А в условиях, когда мы обсуждаем глокализацию и трансграничную торговлю с соседними



Спикер панельной дискуссии бизнес-конференции CAF: глава представительства iKS-Consulting в Казахстане - Светлана Черненко (Казахстан, Алматы)

странами, то настрой у бизнеса изначально должен быть только на «белый бизнес». Потому что он не только правильный, но и выигрышный. Считаю, что это основное правило, когда вы находитесь в юрисдикции другой страны, в случае возникновения спорных ситуаций или катаклизмов, в обязательном порядке должны быть подтверждения всей вашей деятельности. Это правило должно стать новой реальностью и осознанностью бизнеса. Иначе говоря, на языке социальных сетей: «необходимой экологией и гигиеной бизнеса».

Отвечая на вопросы аудитории, специалист добавила: «Я ни в коем случае не амбассадор налоговой и маркетплейсов, а амбассадор IT. Не нужно считать, что цифровизация – это для кого-то неизвестного, и

бизнеса не касается на прямую. Это возможности для ускорения бизнес-процессов, их удешевления и конечно же масштабирования...

При всем нашем прогрессе в части цифровизации, я должна признать, что в стране есть некоторые проблемы в коммуникациях между государством и потребителями. И последние далеко не всегда осведомлены обо всех нововведениях, их плюсах, преимуществах. Ведется огромная работа в части улучшения этих коммуникационных процессов, но здесь движение должно быть обоюдно направленным. Всем казахстанцам и особенно тем, кто ведет бизнес, тоже целесообразно интересоваться новыми возможностями, новыми цифровыми достижениями, поскольку они действительно реализуются не для галочек и рейтингов, а исключительно на благо общества, как бы это пафосно не звучало».

Трансграничная торговля и цифровые валюты

В подтверждение темы «Глокализация Центральной Азии» эксперт IT и телекома, Светлана Черненко познакомила с тем, что происходит на межгосударственном уровне Азии, в других странах Евразийского экономического сообщества. Прежде всего она отметила, что в целом, сейчас во всех государствах ЕАЭС, ведется активная работа по цифровизации. При этом все цифровые министерства очень открыты в этом плане, готовы к сотрудничеству, обмену опытом, говорят об этом с различных площадок, подтверждают готовность делиться наработками, экспертизой и так далее.

«Безусловно пока нельзя сказать, что мы можем свободно в электронном виде торговать со странами-соседями Центральной Азии, ведь для этого пока еще не создана соответствующая инфраструктура. На самом деле — это самый сложный и высокотехнологичный механизм, который прорабатывается с 2014 года», – говорит Светлана Черненко.

Все признают, что очень мало специалистов, которые в состоянии создать такую интегрированную информационную систему, которая бы учитывала особенности информационных баз нескольких отдельных государств. Однако, эта работа довольно успешно ведётся и существенно продвинулась. В обозримом будущем, у бизнеса появится возможность вести межстрановую торговлю в более облегченном формате.

Интегрированная информационная система ЕАЭС

Работы по созданию интегрированной информационной системы (ИИС) ЕАЭС проводятся в соответствии с Договором о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года

Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика, Российская Федерация, Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК)

В 2023 году утвержден План мероприятий по созданию, обеспечению функционирования и развитию интегрированной информационной системы Евразийского экономического союза в 2024 году

Интегрированная информационная система (ИИС) предназначена для обеспечения межгосударственного обмена данными и электронными документами в рамках Евразийского экономического союза, создания общих для государств-членов информационных ресурсов, реализации общих процессов, а также обеспечения деятельности органов Евразийского экономического союза.

ИИС представляет собой организационную совокупность территориально распределенных государственных информационных ресурсов и информационных систем уполномоченных органов, информационных ресурсов и информационных систем ЕЭК, объединенных национальными сегментами государств-членов и интеграционным сегментом ЕЭК.

5

IKS CONSULTING

Слайд из презентации Светланы Черненко. Интегрированная информационная система ЕАЭС

Рассуждая на тему глокализации и цифровизации, спикер бизнес-конференции Светлана Черненко поделилась ближайшими перспективами развития отрасли.

«Во всех соседних странах, в России в том числе, сейчас активно вводятся цифровые валюты. И это не просто электронные деньги, которые у нас всех есть в приложениях. Здесь иной - технологический подход.

Основное преимущество цифровой валюты в том, что она позволит осуществлять платежи с устройства на устройство, даже в тех местах, где полностью отсутствует доступ сети Интернет. То есть, вообще повсеместно. Это очень высокотехнологичная и прорывная технология, которая сейчас занимает лучшие умы IT индустрии.

Отмечу, самое важное для бизнеса в этом процессе: с ее внедрением количество посредников при международных расчетах будет сокращено до минимума. Сейчас реальность бизнеса другая: международный платеж все еще не проходит день в день, даже внутри страны. Бизнес привык видеть временные и финансовые издержки. С введением цифровых валют и гармонизации всех платежных систем будет неизменно сокращаться этот «цифровой разрыв», количество посредников, временные и

другие издержки. И, пожалуй самое важное, что произойдет - децентрализация управления, потому что все эти системы не управляются государственной волей исключительно».

Цифровые валюты – новые возможности для трансграничных расчетов

К ПРЕИМУЩЕСТВА ЦИФРОВОГО ТЕНГЕ

- Скорость
- Возможность использования онлайн и офлайн
- Прозрачность
- Экономия
- Исключение теневой экономики
- Исключение коррупции (цифровой след)
- Контроль Центробанка
- Развитие экономики

- Сокращается количество посредников при международных расчетах
- Прямая интеграция платежных систем цифровых валют разных стран
- Снижаются издержки на осуществление международных переводов
- Повышается скорость выполнения платежных операций
- Децентрализация в управлении платежными системами

Инфографика: Казинформ

6

IKS CONSULTING

Слайд из презентации Светланы Черненко. Цифровые валюты и трансграничные расчеты

Как выглядит новый горизонт с реальными «окнами возможностей»

В продолжение темы о Глокализации Центральной Азии не обошлось без мнения реальных представителей бизнеса креативной индустрии – дизайнеров модной одежды. Так, специальный гость бизнес-конференции, член всемирного синдиката моды, молодой дизайнер-ювелир из Кыргызстана - Залкар Аскарали, рассказал о финансово-творческой составляющей профессии, новых возможностях коллабораций с мировыми марками, а также отметил изменение отношения к молодым дизайнерам из Стран Центральной Азии за последние несколько лет.

Совмещая в одном лице роль основателя, дизайнера и коммерческого специалиста своего одноименного бренда ZALKAR, - приглашенный эксперт неоднократно принимал участие в национальных неделях моды Узбекистана, Казахстана, Кыргызстана, а также неделях моды в Милане, Сеуле, Баку, Екатеринбурге и Санкт-Петербурге.

«Раньше, чтобы получить приглашение на конкурс или показ на именной неделе моды нам, дизайнерам в названии страны, где есть окончание –СТАН, приходилось сильно доказывать, что ты действительно имеешь право представлять свое творчество. Теперь все по-другому: молодых дизайнеров Центральной Азии активно приглашают в Париж, Лондон, Дубай, в общем по всему миру. Например, у меня график модных показов сейчас расписан на несколько месяцев вперед, есть возможность выбирать наиболее лучшие условия, делать фото и видео съемку, привлекать спонсоров, обсуждать творческие коллаборации, сотрудничать с известными стилистами и байерами. Не буду отрицать, что по-прежнему сохраняется целый пакет минусов, которые тесно связаны с финансовым вопросом, но теперь они решаются гораздо быстрее и легче.

Ни для кого не секрет, что быть дизайнером сейчас и раньше – это очень дорогое удовольствие. Когда я только поступил учиться, на первом курсе нам рассказывали об этом учителя. Тогда я до конца не понимал серьезности вопроса, но теперь, с каждым годом больше осознаю - преподаватели были правы. Сейчас в моде остаются только те, кто по – настоящему выше денег и готов творить красоту без оглядки на прибыль.

Сегодня звучало много цифр от экспертов-аналитиков: суммы в миллионах и численность людей в миллиардах. Я, со своей стороны, приведу цифры гораздо скромнее, но напрямую связанные с модной индустрией в своей стране. Ежегодно у нас в Кыргызстане, в Бишкеке выпускают около ста профессиональных дизайнеров. В итоге, только 3-4 человека продолжают работать в модной отрасли своей страны. Остальные либо уезжают, либо ищут заработок в других профессиях...»

Рассуждая на тему новых возможностей и «Глокализации Центральной Азии», дизайнер Залкар Аскарали оптимистичен, в своих суждениях.



Спикер панельной дискуссии бизнес-конференции CAF - дизайнер, ювелир, основатель бренда ZALKAR
Залкар Аскаралы уулу (Кыргызстан, Бишкек)

«Конечно, если забыть про финансовые вопросы, то выйдут на первый план очевидные плюсы. Например, лично для меня – возможность показать свои творения всему миру – это ни с чем не сравнимое счастье для избранных. С учетом того, что у своего бренда я самостоятельно занимаюсь финансово-техническими и логистическими вопросами и достаточно погружен во многие бизнес-процессы, то легко могу привести и более прагматичные примеры.

Так, некоторое время назад, у меня, как у постоянного участника казахстанской недели моды KFW, появилась возможность поработать с самым известным байером на территории Азии - Лилией Рах. Я начал выставлять свои коллекции в ее магазинах и торговых пространствах и это оказалось во всех отношениях успешное сотрудничество. Таким образом участие в неделе моды для меня стало не просто расходом, а настоящей инвестицией в свои возможности. Еще один личный пример: участие в Санкт-Петербургской неделе моды St. Peterburg Fashion Week ежегодно обходится мне, как дизайнеру, в сумму не менее 7 тысяч долларов. Зато, к примеру в прошлом сезоне, в результате такого участия, вся моя коллекция была представлена и успешно продавалась в культовом «Пассаже» города. Уверен, что в своем большинстве, новые возможности при правильном подходе для дизайнера могут обернуться инвестициями в будущее».

Подводя итог разговора, дизайнер высказался о национальной идентичности и призвал коллег адаптировать и находить новые грани применения своего культурного кода.

«В последнее время я все больше замечаю, что многие дизайнеры сильно заиклены на национальной идентичности и культурном коде своей страны. На международных показах они чаще всего представляют традиционную национальную одежду, в лучшем случае с некоторой ее стилизацией. Однако, если мы рассмотрим тот же классический чапан, который носили во всех странах Азии, а не только в Кыргызстане, Узбекистане, Туркменистане, Таджикистане и Казахстане, то станет понятно, что творцами национального кода и проводниками идентичности являются как раз именно дизайнеры. Это работа дизайнера показать свой творческий взгляд на современный контекст классики и ярко, но по-новому, применить культурный код своего народа.

Глокализация Центральной Азии в модном бизнесе

В завершение разговора свою точку зрения на тренд «Глокализации Центральной Азии» и новые окна возможностей озвучила известная казахстанская дизайнер с 27-летним стажем, основатель одноименного бренда – Айгуль Касымова.

«Творчество дизайнера и мода в целом, существенно отличаются от стандартных творческих процессов. Потому что, если на картину ты можешь 20 или 100 лет смотреть, и она в своей цене будет только расти, то наше творчество в модной отрасли - должно найти своего потребителя достаточно быстро. В идеале, в этот же сезон. Именно поэтому я считаю, что творчество дизайнеров, оно очень прикладное, и ответ потребителя деньгами – это и есть главная ценность нашего творчества. Если

твою коллекцию не купили, то через сезон она уже никому особо интересна не будет. Вот почему для дизайнера одежды, крайне важно чтобы его творение покупали в конкретный сезон.



На фото: спикер бизнес-конференции CAF, Дизайнер и основатель бренда AIGUL KASSYMOVA @aigulkassymova Айгуль Касымова (Казахстан, Алматы)

Признаюсь, что я с интересом слушала аналитические данные своих коллег и невольно, в голове ставила галочки – какие из цифр аналитики мы применяем в своей работе? Оказалось, что многие! Из года в год, мы у себя, тоже делаем аналитику: по размерам, по возрасту, по цветам, ценообразованию, по всему тому, что больше пользуется спросом. Анализируем тренды, предпочтения, вкус и привычки клиентов, тенденции для развития и конечно же, изучаем новые возможности донести свой продукт до конечного потребителя. Создание творческого продукта, а в нашем случае одежды — это цикл, где мы творим и готовим коллекцию ежегодно, затем продаем ее и возвращаем деньги в новое производство.

Сейчас у бренда AIGUL KASSYMOVA три основных направления. Первое - ателье индивидуального пошива, которому как раз сейчас уже 27 лет. Второе — это коллекции готовой одежды, которые мы создаем с 2006 года. Третье направление, одно из самых новых – это разработка корпоративного стиля для больших компаний. Если быть точнее, то, наверное, не для больших компаний, а для тех, кто задумывается о том, как должно выглядеть лицо их компании. Весь этот процесс не может жить отдельно, без аналитики...

Цифровизация, онлайн торговля, маркетплейсы, упрощенная логистика, быстрая доставка – все это очевидные большие плюсы, которые существенно облегчили жизнь казахстанским предпринимателям. А вместе с тем, все это увеличило возможности для дизайнера, чтобы наше творчество уходило к потребителю. Сейчас процесс онлайн заказа, даже в самый отдаленный уголок планеты, стал настолько автоматизирован и упрощен, что решается в пару кликов, без отрыва от творчества и производства. Для меня как творческого человека, при этом активно погруженного в бизнес-процессы своего бренда — это очень важно!

А ведь всего 10 лет назад это все было не просто сложно, а технически невозможно. Когда мы впервые стали импортировать нашу одежду в Саудовскую Аравию, то обслуживались в банке соседней страны. В итоге наши деньги все время оседали там и приходили спустя значительное время и только после пяти возвратов. Сейчас таких вопросов даже быть не может, потому что все «бежит» очень хорошо и быстро.

Сейчас бизнес-формула дизайнерского бренда выглядит довольно просто и понятно: создавай отличный продукт, делай сайт, соединяй его с маркетплейсами, присутствуй в соцсетях и продавай. Все эти достижения стали возможны благодаря мировым процессам, в том числе глобализации. Сопrotивляться и не использовать их - нет смысла, поэтому нужно активно участвовать и «плыть в этой мировой волне».

Рассуждая на тему «Глобализации Центральной Азии» спикер бизнес-конференции, Айгуль Касымова отметила, насколько важно и значимо сегодня быть правильно представленным в глобальном пространстве. «Когда ты выходишь на мировой рынок, кто ты вообще в этом мире? Человек он остается цельной личностью, только четко понимая: кто он, откуда его корни, в чем его идентичность? И вот, когда ты

все эти знания трансформируешь через свое творчество и знакомишь с ним мир, тогда как раз локальные корни играют действительно большую роль.

Какие возможности для Казахстана открылись? Начну с того, что о стране во всем мире теперь знают в разы больше, благодаря мировым и политическим событиям. К казахстанским компаниям гораздо больший интерес и более серьезное отношение, чем несколько лет назад. Но, все равно есть процессы, которые даются нам гораздо сложнее, чем тем же нашим соседям. Территориально мы расположены достаточно далеко, а значит дороже транспортные расходы и сложнее логистика. К примеру, чтобы мне привезти в страну нужные ткани для производства, потребуется в два-три раза больше времени и расходов, чем тем же россиянам.



Участники панельной дискуссии бизнес-конференции CAF (слева на право):
Айгуль Касымова, Залкар Аскарали Уулу, Милена Ершова

Безусловно, возможностей стало больше, стало намного интереснее, потому что все движется с огромной скоростью, мир открыт. Понятно, что временами некоторые процессы бизнесу кажутся очень запутанными и сложными, но нужно всего лишь сесть и разобраться. Я не могу сказать, что мы внутри компании у себя все цифровизировали. Нет, мы тоже с этим разбираемся. Для нас этот процесс новый, сложный и не всегда понятный. Но, при желании есть возможности все это изучить, наладить, адаптировать.

Сегодня мы слышали информацию, о том, что Казахстан в поисковых запросах занимает практически первые места. А это говорит о том, что информации сейчас огромное море и можно использовать ее, как угодно.

Мир открыт, он ждет новых идей и это классно!»

Продолжение: Глокализация Центральной Азии. Индекс надежды и демография

При использовании данных релиза обязательно указание источника:

Бизнес-конференция международной выставки моды Central Asia Fashion.

При использовании фотографий необходимо указание: пресс-служба Central Asia Fashion.

Все исключительные права на Материалы, принадлежат организаторам международной выставки моды CAF — TOO CATEXPO.

Все права на фотографии защищены казахстанским и международным законодательством об авторских и смежных правах.