



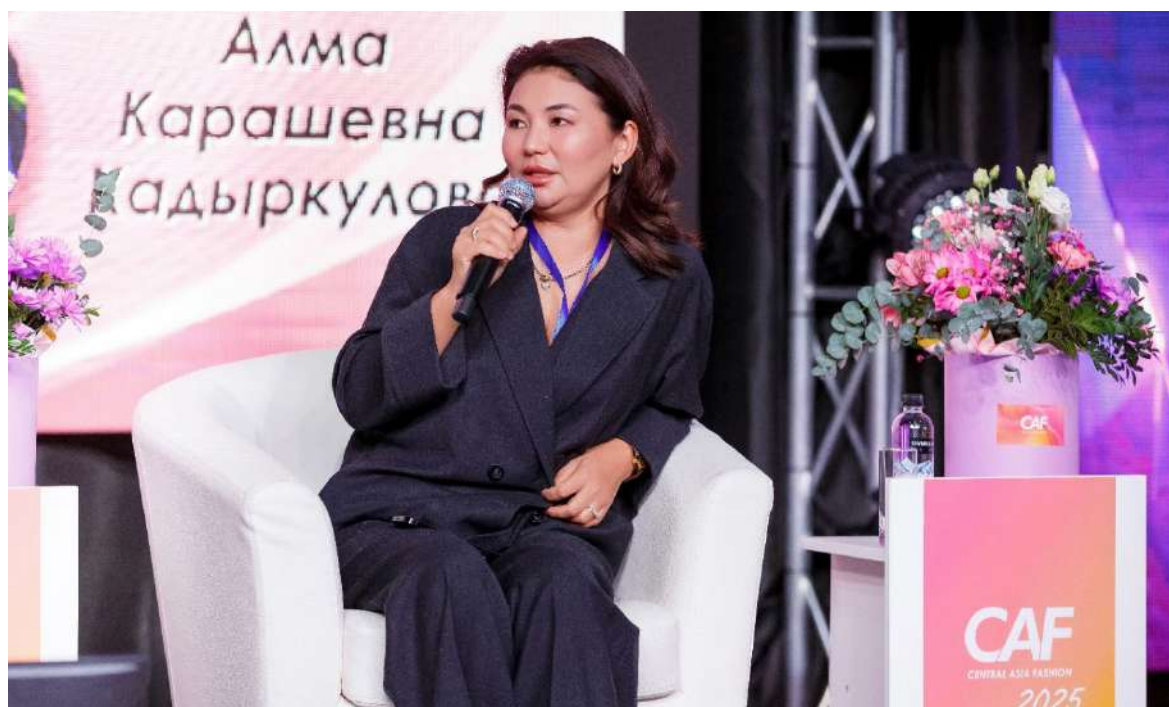
10-12 MARCH | МАРТА | НАУРЫЗ 2025

catexpro MORE THAN JUST AN EXHIBITION

Интеграционные процессы в модной индустрии между Казахстаном и Россией

Состояние и перспективы бизнес-отношений между двумя странами в сфере fashion-индустрии рассмотрели участники бизнес-конференции Международной выставки моды Central Asia Fashion Spring-2025. Эксперты обсудили, с какими сложностями сталкивается индустрия, как развиваются интеграционные процессы и что поможет брендам выстраивать крепкие деловые связи.

Директор Алматинского филиала Национального объединения предприятий легкой промышленности «Qaz Textile Industry» Алма Кадыркулова в начале бизнес-сессии отметила, что казахстанская модная индустрия с момента обретения страной Независимости прошла значительный путь развития: «Мы изучаем опыт не только соседних стран – России, Кыргызстана, Узбекистана - но и других государств. Недавно мы побывали в Азербайджане, где увидели успешную модель поддержки легкой



Директор Алматинского филиала Национального объединения предприятий легкой промышленности «Qaz Textile Industry» Алма Кадыркулова

промышленности. Государство поддерживало отрасль на протяжении примерно 20 лет, после чего предприятия самостоятельно стали выходить на международные рынки. Подобный процесс наблюдается и в Казахстане. Сегодня мы сталкиваемся с кадровым дефицитом, однако этот вопрос частично решается благодаря внедрению современных технологий. Около 60% производственных процессов уже автоматизировано, используются шаблоны, роботизированные системы, раскройные комплексы последнего поколения работают на основе искусственного интеллекта. Такие технологии можно увидеть, например, в Алматы».

Она отметила, что казахстанские бренды активно представлены на российском рынке: «За последние годы появилось немало примеров успешного выхода отечественных производителей за пределы страны. Российский рынок является стратегически важным для казахстанских производителей. Это

большая площадка с широкими возможностями для сбыта. За последние пять лет отечественная легкая промышленность сделала значительный шаг вперед в плане технологий и качества продукции. Отмечу, что еще в 2014 году в рамках подписанного договора ЕАЭС был закреплён пункт о производственной кооперации между Казахстаном и Россией. Этот механизм открывает возможности для сотрудничества в сфере модной индустрии. Например, можно выстроить совместную цепочку производства: конструирование и раскрой могут осуществляться в России, а пошив изделий — в Казахстане. Такие формы кооперации позволяют эффективно использовать ресурсы обеих стран и способствуют развитию отрасли в целом».

Консультант экономического отдела Торгового представительства Российской Федерации в Республике Казахстан Кирилл Карлов привел данные о товарообороте продукции легкой промышленности между двумя странами в 2024 году (в долларах США). Он включает в себя различные категории товаров. Так, из России в Казахстан ввозятся трикотажные предметы одежды (300 млн), прочие готовые текстильные изделия (281,2 млн), предметы одежды, кроме трикотажных (71,1 млн), обувь (65,4 млн), вата, войлок, фетр и нетканые материалы (40,2 млн), текстильные материалы пропитанные, с покрытием или дублированные (38,8 млн).

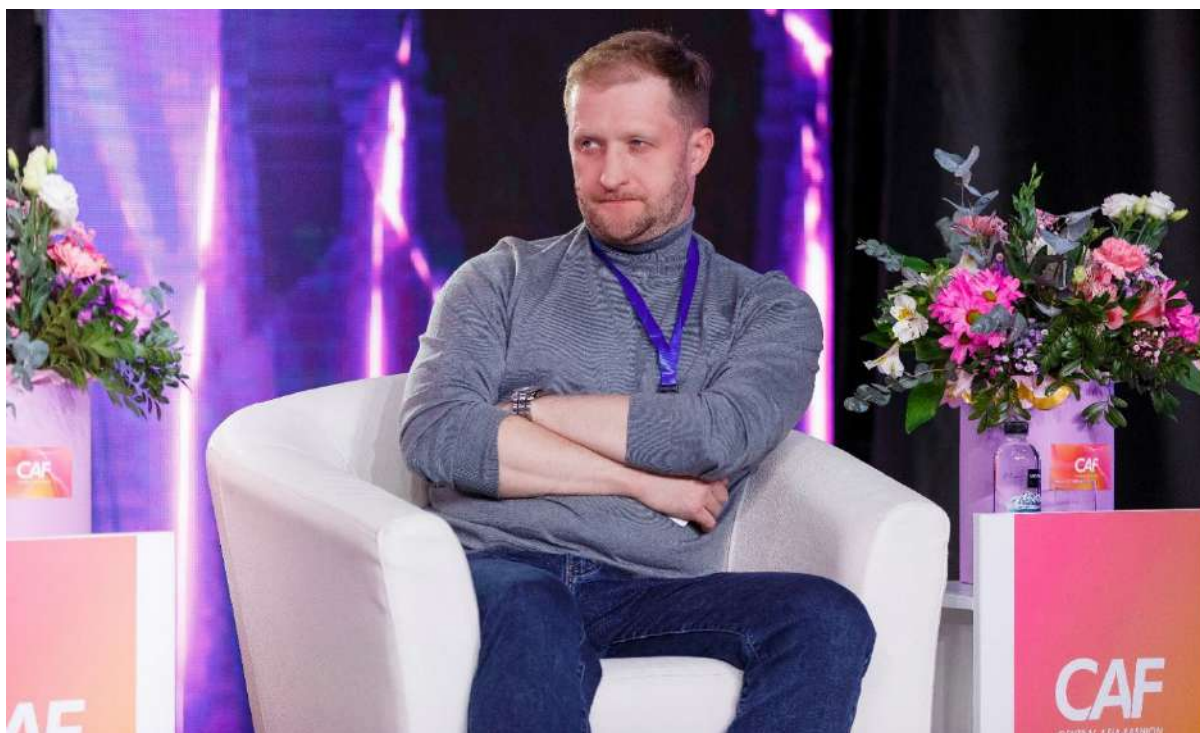
В свою очередь, Казахстан экспортирует в Россию трикотажные предметы одежды (55,9 млн), предметы одежды, кроме трикотажных (27 млн), хлопок (16,7 млн), химические нити (15,9 млн), прочие готовые текстильные изделия (13,5 млн), вату, войлок, фетр и нетканые материалы (8,1 млн).

Кирилл Карлов подчеркнул, что эти данные отражают активное сотрудничество двух стран в сфере легкой промышленности и подчеркивают значимость товарооборота в отрасли: *«Существует несколько перспективных направлений дальнейшего развития. Это создание совместных предприятий и расширение точек продаж на рынках обеих стран, что позволит не только укрепить экономические связи, но и повысит доступность продукции для потребителей. Особое значение имеет обеспечение поставки российских материалов для выпуска спецодежды, используемой в химической, нефтегазовой, металлургической и горнодобывающей промышленности, а также кадровое обеспечение предприятий легкой промышленности. Сотрудничество также затронет научно-производственную кооперацию в сфере глубокой переработки сырья, трансфера технологий и технического текстиля. Еще одним значимым аспектом является совершенствование системы маркировки и отслеживания продукции, что обеспечит прозрачность поставок и повысит уровень доверия со стороны потребителей».*



Консультант экономического отдела Торгового представительства Российской Федерации в Казахстане Кирилл Карлов

Модератор бизнес-сессии, основатель Казахской Недели Моды KFW, международного конкурса молодых дизайнеров «New Generation Open Way», дизайнер бренда AlexChzhe Алексей Чжен задал вопрос о развитии казахстанских брендов основателю казахстанского бренда сумок и аксессуаров ALEX HARTUNG Александру Ермакову.



Основатель казахстанского бренда сумок и аксессуаров ALEX HARTUNG Александр Ермаков

Бизнесмен полагает, что основная причина недостаточного развития брендов в Казахстане и в целом их ограниченного присутствия на рынке заключается в нехватке финансирования: *«Любому бизнесу, особенно в сфере легкой промышленности, необходимы стабильные источники долгосрочного финансирования. Я об этом всегда говорил и буду говорить. В данный момент моя компания работает исключительно за счет собственных ресурсов, что, с одной стороны, делает ее мобильной и гибкой, но с другой ограничивает возможности масштабирования. Сейчас бренд представлен только в онлайн-пространстве, хотя для его товаров крайне важно наличие физических точек продаж. Единственная оффлайн-точка расположена в отеле Rixos Boroное, где успешно функционирует пилотный проект. Однако расширение оффлайн-присутствия без серьезных финансовых вложений либо с помощью заемных средств сопряжено с высокими рисками. Проблема финансирования касается всей fashion-отрасли в Казахстане. Несмотря на признание проблемы на государственном уровне кардинальных решений пока нет. Хорошей аналогией может служить запуск спутника в космос: можно создать его за миллиарды долларов, но без достаточных ресурсов на запуск он будет просто «лежать в гараже». Несмотря на эти трудности, компания успешно работает, заказы формируются с очередью на несколько недель вперед, но уже достигнут предел производственных возможностей. В данный момент бренд находится на переломном этапе развития».*

Предприниматель обычно за свой счет участвует в международных выставках и ярмарках (исключения редки), однако он твердо считает, что участие в них необходимо: *«Когда варишься только в своем соку и не видишь, что делают другие и как ты выглядишь их на фоне, у тебя создается нейтральное впечатление о себе. Когда мы в первый раз ехали на выставку в Берлин, казалось, что мы очень скромные. Однако, разобравшись, поняли, что равных нам по качеству и по уровню там просто нет. Как белые вороны. Вот так первая же выставка сразу показала, что мы полностью okay. Мы стали спокойно продавать товар за рубежом. Не боимся вообще никому предлагать свои изделия. Абсолютно! Вот так и стирается синдром самозванца».*

Алма Кадыркулова добавила, что за 20 лет работы в индустрии она убедилась, что казахстанцы очень талантливы в плане креатива и стиля: *«Казахстанцы обладают тонким чувством вкуса, невероятные креаторы, так и фонтанируют идеями! Наша предприимчивость, способность анализировать, адаптироваться и создавать новое вопреки обстоятельствам — это часть менталитета. Потенциал казахстанской модной индустрии огромен. Национальная айдентика, интегрированная в современный дизайн, пользуется спросом за рубежом, особенно в Европе. Есть истории, когда казахстанские дизайнерские вещи покупали прямо на улице - настолько они впечатляют своим стилем. Однако для реализации этого потенциала важно найти правильное производство. Коллаборации между Казахстаном и Россией могут охватывать не только бизнес, но и образовательную сферу. За прошедшие годы у нас не появилось достаточного количества квалифицированных технологов и конструкторов. Есть таланты, но многим из них не хватает управленческих навыков — они не умеют организовать даже небольшую команду, что мешает развитию. В результате, многие уезжают или вовсе покидают индустрию. Уровень креатива растет, но без качественного производства его невозможно воплотить в жизнь. Производственники должны работать над улучшением качества и учиться слышать дизайнеров. В свою очередь, дизайнеру недостаточно просто создать эскиз — он должен уметь объяснить технологию обработки, работать с 3D-моделированием, демонстрировать, как изделие будет выглядеть в движении, ведь сегодня мир ориентирован на цифровые технологии. Также важно разбираться в текстиле. В советское время существовали целые факультеты, готовившие специалистов в этой области, а сейчас таких профессионалов очень мало. Это вопрос совместной ответственности - и тех, кто создает идеи, и тех, кто их воплощает».*



Состояние и перспективы сотрудничества между Казахстаном и Россией в сфере fashion-индустрии обсудили на бизнес-конференции CAF Spring-2025

В завершение Кирилл Карлов дал несколько советов по успешному вхождению предпринимателей на российский рынок: *«Если компания только выходит на рынок, одним из эффективных способов продвижения являются маркетплейсы, особенно учитывая, что российские площадки активно развиваются в Казахстане, привлекая все больше продавцов. Это может стать первым шагом, который позволит протестировать спрос и определить стратегию дальнейшего развития. Кроме того, участие в специализированных выставках в России и Казахстане играет ключевую роль в поиске надежных партнеров и изучении рыночных условий. Это помогает разобраться в ценовой политике, предпочтениях потребителей и особенностях работы в рамках схожего законодательства. Учитывая общий менталитет и потребности рынков, нашим странам намного проще налаживать*

сотрудничество. Дополнительным преимуществом является возможность расчетов в национальных валютах, что упрощает банковское обслуживание контрактов. Также можно воспользоваться поддержкой государственных институтов, занимающихся продвижением экспорта. В Казахстане действует собственная система поддержки предпринимателей, а дипломатические каналы могут помочь в установлении полезных контактов. Проактивная позиция и четкое понимание целей позволяют компаниям успешно выходить на зарубежные рынки. Несмотря на возможные ограничения в мерах господдержки или недостаток информации о них, такой подход является правильным при развитии экспорта. Хороший пример — бизнес-миссия, проведенная в октябре 2024 года, когда компании из Санкт-Петербурга, специализирующиеся на женской одежде сегмента выше среднего, посетили Казахстан. Практически все участники либо продали свою продукцию, либо нашли партнеров для дальнейшей работы. Аналогичная схема может сработать и в обратном направлении: казахстанские компании, представив свою продукцию на российских выставках или в рамках бизнес-миссий, особенно в приграничных регионах с активной торговлей, обязательно найдут своих покупателей. Использование этих инструментов доказало свою эффективность, и именно по этому пути стоит двигаться».

При использовании информации обязательно указание источника - бизнес-конференция Международной выставки моды Central Asia Fashion Spring-2025; при использовании фотографий - пресс-служба Central Asia Fashion. Все исключительные права на материалы принадлежат организаторам – компании «САТЕХРО». Подробнее о CAF - на официальном сайте www.fashionexpo.kz и в социальных сетях проекта.