

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الکومی مصرف، اندازه بازار و

فرصت‌های تجاری

در کشور قزاقستان

شناسنامه طرح:

عنوان طرح: الگوی مصرف، اندازه بازار و فرصت‌های تجاری در کشور قزاقستان

مجری طرح: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی، با همکاری اتاق مشترک ایران و قزاقستان

حمایت‌کننده طرح: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

مدیر طرح: دکتر سعید ملک‌الساداتی (عضو هیأت علمی دانشگاه فردوسی مشهد) - یاسر مهرآور

همکاران: هما جهانی - غزاله نجار - سرور جلوه

ناظر: دکتر اسفندیار امیدبخش

قیمت: ۷۰۰ هزار ریال

فهرست مطالب

۱۳	سخن آغازین
۱۵	پیشگفتار
۲۱	فصل اول: خلاصه مدیریتی
۲۴	۱-۱- مقدمه
۲۴	۱-۲- اقتصاد، سیاست و جامعه قزاقستان
۲۴	۱-۲-۱- اقوام، فرهنگ و جامعه قزاقستان
۲۴	۱-۲-۲- ویژگی‌های جمعیتی
۲۵	۱-۲-۳- نظام سیاسی
۲۵	۱-۲-۴- روابط بین‌المللی قزاقستان
۲۵	۱-۲-۵- نظام اقتصادی
۲۵	۱-۲-۶- رشد اقتصادی
۲۶	۱-۲-۷- نرخ ارز و تورم
۲۶	۱-۲-۸- تجارت خارجی
۲۷	۱-۲-۹- مهم‌ترین کالاهای تجاری
۲۷	۱-۲-۱۰- روابط تجاری ایران و قزاقستان
۲۸	۱-۲-۱۱- برنامه‌های دولت برای اصلاحات
۲۸	۱-۲-۱۲- چشم‌انداز اقتصاد قزاقستان
۲۸	۱-۳- اعتماد مصرف‌کنندگان
۲۹	۱-۳-۱- آموزش
۲۹	۱-۳-۲- شرایط و عادت‌های کاری
۳۰	۱-۳-۳- عادت‌های غذایی و نوشیدنی
۳۰	۱-۳-۴- نگرش نسبت به زیبایی
۳۱	۱-۳-۵- نگرش نسبت به لباس
۳۱	۱-۳-۶- نگرش نسبت به آراستگی ظاهری
۳۱	۱-۳-۷- بهداشت و درمان عمومی در مقابل بهداشت و درمان خصوصی
۳۲	۱-۳-۸- نگرش به سلامت و مراقبت شخصی
۳۲	۱-۳-۹- فروشگاه‌های عرضه‌کننده اقلام مهم غذایی و غیرغذایی مصرفی خانوار
۳۲	۱-۳-۱۰- خرید اقلام بادوام
۳۳	۱-۳-۱۱- تجارت الکترونیک و تجارت از طریق تلفن همراه
۳۳	۱-۳-۱۲- گذران اوقات فراغت
۳۳	۱-۳-۱۳- تعطیلات رسمی، جشن‌ها و هدیه دادن

فهرست مطالب

۳۴	۱-۳-۱۴- سیستم حمل‌ونقل
۳۴	۱-۳-۱۵- نگرش نسبت به روش‌های پرداخت
۳۵	۱-۳-۱۶- وام و رهن مسکن
۳۵	۱-۴-۴- ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری قزاقستان
۳۵	۱-۴-۱- بازار محصولات کشاورزی
۳۵	۱-۴-۱-۱- محصولات زراعی، میوه‌ها و سبزیجات
۳۶	۱-۴-۱-۲- پرورش دام و تولید فرآورده‌های دامی
۳۶	۱-۴-۱-۳- ماهی‌گیری و پرورش ماهی
۳۷	۱-۴-۱-۴- بازار محصولات غذایی
۳۷	۱-۴-۲- بازار دخانیات
۳۷	۱-۴-۳- بازار منسوجات، پوشاک، چرم
۳۸	۱-۴-۳-۱- بازار منسوجات
۳۸	۱-۴-۳-۲- بازار پوشاک
۳۸	۱-۴-۳-۳- بازار چرم و محصولات چرمی
۳۸	۱-۴-۴- بازار چوب و محصولات چوبی
۳۹	۱-۴-۵- بازار محصولات کاغذی و مقوایی
۳۹	۱-۴-۶- بازار محصولات شیمیایی
۳۹	۱-۴-۷- بازار محصولات پلاستیکی و کائوچویی
۴۰	۱-۴-۸- بازار محصولات معدنی غیرفلزی
۴۰	۱-۴-۹- بازار فلزات اساسی
۴۰	۱-۴-۱۰- بازار محصولات فلزی ساخته شده به جز ماشین آلات و تجهیزات
۴۱	۱-۴-۱۱- بازار ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر
۴۱	۱-۴-۱۲- بازار ماشین‌آلات اداری، وسایل ارتباطی، ابزار پزشکی و ابزار دقیق
۴۱	۱-۴-۱۳- بازار ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر
۴۲	۱-۴-۱۴- بازار وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم تریلر
۴۲	۱-۴-۱۵- بازار تجهیزات جابه‌جایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر
۴۲	۱-۴-۱۶- بازار مبلمان و مصنوعات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر
۴۲	۱-۴-۱۷- معدن و صنایع معدنی
۴۳	۱-۴-۱۸- نفت و گاز
۴۳	۱-۵-۵- واقعیت‌های تجارت با قزاقستان
۴۳	۱-۵-۱- نگرش نسبت به کالاهای ایرانی
۴۳	۱-۵-۲- خصوصیات فرهنگی و نگرش نسبت به ایرانیان

فهرست مطالب

۴۴	۱-۵-۳- قدرت خرید مناطق مختلف
۴۴	۱-۵-۴- راهبردهای ورود به بازار قزاقستان
۴۴	۱-۵-۵- قیمت گذاری
۴۵	۱-۵-۶- نام تجاری و تبلیغات
۴۵	۱-۵-۷- مجوز، بسته‌بندی و برچسب گذاری
۴۶	۱-۵-۸- سیستم بانکی و انتقال پول
۴۶	۱-۵-۹- سیستم حمل و نقل
۴۶	۱-۵-۱۰- رقبا در بازار قزاقستان
۴۷	۱-۵-۱۱- فساد اداری
۴۷	۱-۵-۱۲- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در قزاقستان
۴۷	۱-۵-۱۳- فرصت‌های تجاری در قزاقستان
۵۱	فصل دوم: چشم‌اندازی کلان
۵۳	۲-۱- مقدمه
۵۳	۲-۲- قزاقستان قلب آسیای مرکزی
۵۵	۲-۳- اقوام، فرهنگ و جامعه قزاقستان
۵۶	۲-۴- ترکیب جمعیت، شهرنشینی و مهاجرت
۵۹	۲-۵- نظام سیاسی
۶۰	۲-۶- روابط بین‌المللی قزاقستان
۶۰	۲-۶-۱- روابط با روسیه
۶۱	۲-۶-۲- روابط با آمریکا
۶۱	۲-۶-۳- روابط با چین
۶۲	۲-۶-۴- روابط با انگلستان
۶۲	۲-۷- اقتصاد قزاقستان
۶۲	۲-۷-۱- نظام اقتصادی
۶۳	۲-۷-۲- رشد اقتصادی
۶۵	۲-۷-۳- درآمد سرانه
۶۶	۲-۷-۴- نرخ ارز و تورم
۶۶	۲-۸- تجارت خارجی
۶۶	۲-۸-۱- حجم تجارت
۶۸	۲-۸-۲- مهم‌ترین شرکای تجاری
۷۱	۲-۸-۳- مهم‌ترین کالاهای تجاری
۷۲	۲-۹- روابط تجاری ایران و قزاقستان

فهرست مطالب

۷۴	۱۰-۲- برنامه‌های دولت برای اصلاحات
۷۴	۱۰-۱-۲- تقویت نهادها
۷۵	۲-۱۰-۲- بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل
۷۷	۳-۱۰-۲- بالا بردن کیفیت سرمایه انسانی
۷۸	۱۱-۲- چشم‌انداز اقتصاد قزاقستان
۷۸	۱۲-۲- جمع‌بندی
۸۱	فصل سوم: الگوهای مصرفی قزاقستان
۸۳	۱-۳- مقدمه
۸۴	۲-۳- اعتماد مصرف‌کنندگان
۸۴	۳-۳- آموزش و نیازهای مرتبط با آن
۸۴	۱-۳-۳- دوران پیش از دبستان
۸۵	۲-۳-۳- دوران دبستان و دوران متوسطه
۸۷	۳-۳-۳- دوران دانشگاه
۸۹	۴-۳-۳- تحصیلات در خارج از کشور
۸۹	۵-۳-۳- آموزش بزرگسالان
۹۰	۴-۳- عادات‌های کاری
۹۰	۱-۴-۳- شرایط کاری
۹۳	۲-۴-۳- الگوی تغذیه در محل کار
۹۳	۳-۴-۳- الگوی پوشش در محل کار
۹۴	۴-۴-۳- زنان در محل کار
۹۵	۵-۴-۳- رفت و آمد به محل کار
۹۶	۶-۴-۳- کارهای جایگزین
۹۷	۷-۴-۳- بازنشستگی
۹۷	۵-۳- عادات‌های غذا خوردن
۹۷	۱-۵-۳- غذا خوردن در خانه
۹۸	۲-۵-۳- غذا خوردن بیرون از خانه
۱۰۰	۳-۵-۳- فرهنگ کافه‌نشینی
۱۰۲	۴-۵-۳- عادات‌های میان‌وعده
۱۰۳	۵-۵-۳- نگرش نسبت به سلامت محصولات غذایی
۱۰۴	۶-۳- محصولات حلال
۱۰۵	۷-۳- نگرش نسبت به آرایش و بهداشت
۱۰۵	۱-۷-۳- نگرش نسبت به مراقبت شخصی

فهرست مطالب

۱۰۶	۲-۷-۳- نگرش نسبت به زیبایی
۱۰۷	۳-۷-۳- آراستگی مردان
۱۰۷	۴-۷-۳- سالن‌های زیبایی
۱۰۸	۸-۳- نگرش نسبت به مد
۱۰۸	۱-۸-۳- نگرش نسبت به لباس
۱۱۱	۲-۸-۳- نگرش نسبت به کفش
۱۱۲	۳-۸-۳- نگرش نسبت به زیورآلات
۱۱۳	۴-۸-۳- نگرش نسبت به خرید اقلام لوکس
۱۱۴	۹-۳- نگرش به بهداشت و سلامت
۱۱۴	۱-۹-۳- بهداشت و درمان عمومی در مقابل بهداشت و درمان خصوصی
۱۱۶	۲-۹-۳- نگرش به سلامت و تندرستی
۱۱۷	۳-۹-۳- داروهای بدون نسخه در مقابل داروهای با نسخه
۱۱۸	۴-۹-۳- ورزش و تناسب اندام
۱۱۹	۵-۹-۳- چاقی
۱۱۹	۱۰-۳- عادات‌های مربوط به مصرف دخانیات
۱۱۹	۱-۱۰-۳- میزان مصرف دخانیات
۱۲۱	۲-۱۰-۳- نگرش به مصرف دخانیات
۱۲۱	۱۱-۳- عادات‌های خرید
۱۲۱	۱-۱۱-۳- نگرش نسبت به خرید
۱۲۲	۲-۱۱-۳- فروشگاه‌های اقلام مصرفی خانوار
۱۲۳	۳-۱۱-۳- خرید اقلام بادوام
۱۲۴	۴-۱۱-۳- خرید شخصی
۱۲۶	۵-۱۱-۳- تجارت الکترونیک
۱۲۶	۱۲-۳- عادات‌های گذران اوقات فراغت
۱۲۶	۱-۱۲-۳- فراغت در خانه
۱۲۷	۲-۱۲-۳- فراغت بیرون از خانه
۱۲۷	۱۳-۳- عادات‌های هدیه دادن در جشن‌ها
۱۲۹	۱۴-۳- فرهنگ
۱۳۰	۱۵-۳- استفاده از وسایل نقلیه
۱۳۰	۱-۱۵-۳- اتومبیل شخصی
۱۳۱	۲-۱۵-۳- وسایل حمل و نقل عمومی
۱۳۲	۳-۱۵-۳- سفر هوایی

فهرست مطالب

۱۳۳	۱۶-۳- رفتارهای مالی
۱۳۳	۱-۱۶-۳- نگرش نسبت به روش‌های پرداخت
۱۳۵	۲-۱۶-۳- پس انداز
۱۳۵	۳-۱۶-۳- دریافت وام
۱۳۶	۱۷-۳- جمع‌بندی
۱۴۱	فصل چهارم: ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری قزاقستان
۱۴۳	۱-۴- مقدمه
۱۴۳	۲-۴- بازار محصولات کشاورزی
۱۴۶	۱-۲-۴- گروه اول: غلات، حبوبات، بذرها، ریشه‌ها و غده‌های نشاسته‌ای، تنباکو
۱۴۹	۲-۲-۴- گروه دوم: سبزیجات و صیفی‌جات، محصولات باغی، انواع نهال و درخت زینتی
۱۵۱	۳-۲-۴- گروه سوم: میوه‌ها، دانه‌های آجیلی، ادویه و دانه‌های نوشیدنی
۱۵۳	۴-۲-۴- گروه چهارم: پرورش دام و تولید فرآورده‌های دامی
۱۵۶	۵-۲-۴- گروه پنجم: ماهی‌گیری و پرورش ماهی
۱۵۷	۳-۴- بازار محصولات غذایی
۱۶۱	۴-۴- بازار دخانیات
۱۶۳	۵-۴- بازار منسوجات، پوشاک و چرم
۱۶۴	۱-۵-۴- بازار منسوجات
۱۶۶	۲-۵-۴- بازار پوشاک
۱۶۸	۳-۵-۴- بازار چرم و محصولات چرمی
۱۷۰	۶-۴- بازار چوب و محصولات چوبی
۱۷۲	۷-۴- بازار محصولات کاغذی و مقوایی
۱۷۵	۸-۴- بازار محصولات شیمیایی
۱۷۷	۱-۸-۴- بازار کود و ترکیبات ازت
۱۷۸	۲-۸-۴- بازار مواد پلاستیکی اولیه و لاستیک مصنوعی
۱۷۹	۳-۸-۴- بازار انواع رنگ، روغن جلا، مرکب و بتونه
۱۸۰	۴-۸-۴- بازار محصولات دارویی
۱۸۱	۵-۸-۴- بازار صابون، پاک‌کننده‌ها، انواع عطر و فرآورده‌های بهداشتی
۱۸۲	۶-۸-۴- بازار مواد شیمیایی مورد استفاده در صنایع دیگر، مواد منفجره و انواع چسب
۱۸۳	۷-۸-۴- مهم‌ترین صادرکنندگان محصولات شیمیایی به قزاقستان
۱۹۰	۹-۴- بازار محصولات پلاستیکی و کائوچویی
۱۹۲	۱۰-۴- بازار محصولات معدنی غیرفلزی
۱۹۴	۱۱-۴- بازار فلزات اساسی

فهرست مطالب

۱۹۷	۱۲-۴- بازار محصولات فلزی ساخته شده به جز ماشین آلات و تجهیزات
۱۹۹	۱۳-۴- بازار ماشین آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر
۲۰۳	۱۴-۴- بازار ماشین آلات اداری، وسایل ارتباطی، ابزار پزشکی و ابزار دقیق
۲۰۵	۱۵-۴- بازار ماشین آلات و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر
۲۰۸	۱۶-۴- بازار وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم تریلر
۲۱۴	۱۷-۴- بازار تجهیزات جابه‌جایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر
۲۱۵	۱۸-۴- بازار مبلمان و مصنوعات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر
۲۱۹	۱۹-۴- بازار محصولات معدنی
۲۲۱	۱-۱۹-۴- نفت و گاز
۲۲۴	۲-۱۹-۴- اورانیوم
۲۲۶	۳-۱۹-۴- زغال سنگ
۲۲۸	۲۰-۴- جمع‌بندی
۲۳۱	فصل پنجم: واقعیت‌های تجارت با قزاقستان
۲۳۳	۱-۵- مقدمه
۲۳۴	۲-۵- نگرش نسبت به کالاهای ایرانی
۲۳۵	۳-۵- خصوصیات فرهنگی و نگرش نسبت به ایرانیان
۲۳۶	۴-۵- قدرت خرید مناطق مختلف
۲۳۷	۵-۵- راهبردهای ورود به بازار قزاقستان
۲۳۹	۶-۵- قیمت‌گذاری کالاها در قزاقستان
۲۳۹	۷-۵- انتخاب نام تجاری و تبلیغات
۲۴۱	۸-۵- مجوزها، بسته بندی و برچسب گذاری کالا
۲۴۲	۹-۵- سیستم بانکی و انتقال پول
۲۴۲	۱۰-۵- حمل‌ونقل کالاها
۲۴۳	۱۱-۵- فساد اداری
۲۴۴	۱۲-۵- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در قزاقستان
۲۴۶	۱۳-۵- فرصت‌های تجاری در قزاقستان
۲۴۹	۱۴-۵- جمع‌بندی
۲۵۱	منابع فارسی
۲۵۱	منابع انگلیسی
۲۵۳	پیوست: بررسی ظرفیت‌های تجاری در کشور قزاقستان و تعیین جایگاه ایران

سخن آغازین

نوسانات قیمت نفت و به تبع آن ناپایداری درآمدهای نفتی از یک سو و افزایش مشکلات اقتصادی ناشی از رکود اقتصادی سال‌های اخیر از سوی دیگر، لزوم توجه به توسعه صادرات غیرنفتی را بیش از گذشته آشکار می‌سازد. از نظر خبرگان اقتصادی نیز، رونق صادرات غیرنفتی یکی از اساسی‌ترین عوامل دستیابی به توسعه پایدار است. خلق ارزش افزوده بالاتر، ایجاد اشتغال و دستیابی به رشد اقتصادی پایدار که از نتایج توسعه صادرات غیرنفتی می‌باشند، زمانی امکان‌پذیر است که بنگاه‌های داخلی بتوانند با شراکت در تقسیم کار بین‌المللی، به ارتقاء و تثبیت جایگاه خود در زنجیره ارزش جهانی بپردازند. خوشبختانه تحولات جاری در حوزه سیاست خارجی کشور، شرایط لازم را جهت گسترش روابط تجاری با سایر کشورها فراهم آورده است. در بهره‌برداری صحیح از این فرصت، باید این نکته را مد نظر داشت که بخش مهمی از مسیر توسعه صادرات غیرنفتی در راستای بهبود و تثبیت موقعیت ایران در بازارهای جهانی، در گرو شناسایی فرصت‌های تجاری در بازارهای مختلف در سطح جهان، با توجه به پتانسیل‌های داخلی است. در این بین، کشورهای آسیای مرکزی به دلیل هم‌جواری و وجود قرابت‌های فرهنگی و اشتراکات تاریخی با ایران، از اهمیت ویژه‌ای برای ایران در تجارت برخوردارند. این کشورها به واسطه مزیت‌های جغرافیایی، ترانزیتی و همچنین به دلیل پایین بودن سطح دانش فنی و تکنولوژیکی، فرصت‌های بکری جهت همکاری در زمینه‌های مختلفی از جمله صادرات کالا و خدمات پدید آورده‌اند. بدیهی است برنامه‌ریزی صحیح به منظور ورود قدرتمند به چنین بازارهایی، نباید از چشم دست‌اندرکاران و سازمان‌های متولی امر تجارت دور بماند. از این منظر، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، به عنوان پارلمان بخش خصوصی و با توجه به یکی از وظایف ذاتی خود که همانا کمک به فعالین اقتصادی برای حضور در بازارهای هدف صادراتی است، در نظر دارد ضمن شناخت بازار کشورها و تحلیل میزان مصرف، واردات و سلايق مصرف‌کنندگان آن‌ها، به ارائه تصویری روشن و دقیق از این کشورها بپردازد و با شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در این بازارها، در جهت کاهش موانع و در نتیجه توسعه صادرات غیرنفتی کشور بکوشد. کتاب پیش رو با درک چنین ضرورتی، توسط اتاق تدوین گردیده و تلاش می‌کند با نگاهی دقیق و با رویکردی کاربردی،



اطلاعات لازم را به منظور شناسایی فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری در کشور قزاقستان به عنوان قلب آسیای مرکزی و بزرگترین اقتصاد این منطقه، در اختیار بنگاه‌های اقتصادی، تجار و سرمایه‌گذاران کشور قرار دهد. امید است این پژوهش، سهمی هر چند کوچک در جهت اعتلای جایگاه ایران در صحنه تجارت بین‌المللی داشته باشد.

غلامحسین شافعی

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران

پیشگفتار

منطقه آسیای مرکزی علاوه بر موقعیت استراتژیک ژئوپلیتیک، همواره به لحاظ برخورداری از پتانسیل‌هایی چون منابع انرژی، ذخایر سرشار معدنی و ظرفیت‌های توسعه روابط تجاری از جذابیت بالایی برای اقتصادهای پیشرو جهان نظیر اتحادیه اروپا، روسیه و چین برخوردار بوده است. این منطقه پنج جمهوری سابق اتحاد جماهیر شوروی شامل قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان، ترکمنستان و ازبکستان را در بر می‌گیرد. با این حال در میان این کشورها، قزاقستان به دلیل موقعیت خاص ژئوپلیتیک، پیش‌زمینه‌های فرهنگی و تاریخی غنی و همچنین منابع طبیعی گسترده از جایگاهی برجسته برخوردار است.

به لحاظ جغرافیایی، قزاقستان از یک سو حلقه اتصال کشورهای شرق آسیا را با اروپا برقرار می‌کند و از سوی دیگر مهم‌ترین پل ارتباطی روسیه با کشورهای جنوب آسیا محسوب می‌شود. از این حیث، این کشور قلب آسیای مرکزی لقب گرفته است. چرا که برای کشورهای اروپایی و روسیه، دروازه ورود به سایر کشورهای آسیای مرکزی به شمار می‌رود.

در یک دهه اخیر مجموعه عواملی چون شرایط ناآرام خاورمیانه، تحریم‌های اقتصادی علیه ایران و نیز تنش‌های سیاسی اخیر غرب با روسیه، اهمیت قزاقستان را به عنوان راه‌حلی برای افزایش ضریب امنیت تأمین انرژی، در نگاه کشورهای صنعتی اروپا دوچندان کرده است. در این میان نیاز فزاینده اقتصاد چین به منابع انرژی و سرمایه‌گذاری عظیم این کشور در خطوط انتقال نفت قزاقستان، جایگاه قزاقستان را به عنوان یک تأمین‌کننده قابل اتکای انرژی تثبیت کرده است.

برخورداری از ذخایر معدنی غنی و متنوع، به ویژه معادن فلزات، وجود پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری در استخراج و بهره‌برداری از این معادن و همچنین نیاز قزاقستان به واردات تجهیزات و ماشین‌آلات مورد نیاز در بهره‌برداری و توسعه معادن، عامل دیگری است که بر جذابیت این کشور در نگاه سرمایه‌گذاران و فعالان تجاری افزوده است.

علاوه بر موارد فوق، جمعیت رو به رشد قزاقستان، ترکیب سنی نسبتاً جوان این کشور و همچنین بهبود



چشمگیر درآمد سرانه و سطح زندگی مردم طی یک دهه اخیر، از رشد بازار مصرف و ظرفیت‌های توسعه روابط تجاری با این کشور حکایت دارد. با این حال در برنامه‌ریزی برای بهره‌مندی از این ظرفیت‌ها، نباید از تغییر محسوس سبک زندگی مصرف‌کنندگان قزاق طی سال‌های اخیر در نتیجه عواملی چون افزایش نرخ شهرنشینی، گسترش جمعیت طبقه متوسط، افزایش سطح آگاهی مصرف‌کنندگان و افزایش دسترسی به تکنولوژی‌های ارتباطی غفلت ورزید.

در سال‌های اخیر قزاقستان به عنوان هسته ژئوپلیتیک آسیای مرکزی به خوبی از موقعیت استراتژیک خود بهره گرفته است. این کشور از طریق ایجاد روابط سیاسی متوازن با کشورهای چین، آمریکا، روسیه و اتحادیه اروپا بر پایه مناسبات اقتصادی، تجاری و ظرفیت‌های منابع انرژی خود، به رشد اقتصادی قابل توجهی دست یافته است. با این حال به نظر می‌رسد روابط تجاری و اقتصادی دو کشور ایران و قزاقستان به رغم پتانسیل‌های اقتصادی و تجاری مشترک و ظرفیت‌های موجود برای همکاری متقابل سودآور، با وضعیت ایده‌آل فاصله دارد.

ایران و قزاقستان از پیشینه تاریخی و فرهنگی مشترکی برخوردار هستند. با تکیه بر همین اشتراکات فرهنگی، تاریخی و دینی بود که بلافاصله پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، جمهوری اسلامی ایران استقلال قزاقستان را به رسمیت شناخت. از آن زمان تاکنون نیز همواره ایران یک شریک تجاری قابل اعتماد برای قزاقستان به شمار آمده است. علاوه بر این، مواضع نزدیک قزاقستان و ایران در بسیاری از مسائل بین‌المللی و منطقه‌ای، موجب تحکیم روابط سیاسی دو کشور شده است. در جریان پرونده هسته‌ای ایران، قزاقستان از جمله کشورهایی بود که حق ایران برای استفاده صلح‌آمیز از انرژی هسته‌ای را به رسمیت شناخت و نقشی فعال و سازنده در جریان مذاکرات میان ایران و کشورهای غربی ایفا نمود. برای قزاقستان به عنوان یک کشور محصور در خشکی، دستیابی به بازارهای بین‌المللی و آب‌های آزاد اهمیت زیادی دارد. اگرچه مشارکت در طرح عظیم چین برای احداث جاده ابریشم جدید که چین را از خاک قزاقستان به اروپا متصل می‌کند، می‌تواند تا حدی این نیاز را پاسخگو باشد، اما به هیچ وجه قزاقستان را از آب‌های آزاد خلیج فارس بی‌نیاز نمی‌سازد. از دیدگاه مقامات قزاقستان ایران امن‌ترین، ساده‌ترین و کوتاه‌ترین مسیر دستیابی به بازارهای بین‌المللی و آب‌های آزاد است. خط آهن قزاقستان - ترکمنستان - ایران نقش مهمی در تحقق این هدف ایفا می‌کند. این کریدور حمل‌ونقل جدید، از یک سو ارتباط زمینی ایران به بازارهای قزاقستان، چین و روسیه را تسهیل می‌کند و از سوی دیگر با فراهم کردن امکان دسترسی قزاقستان به بنادر خلیج فارس، نقش مهمی در تقویت جایگاه کشور در ترانزیت کالا خواهد داشت.

ارزش تجارت متقابل ایران و قزاقستان در سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ از ۲ میلیارد دلار فراتر رفت. با این حال در سال‌های اخیر تحت تأثیر برخی عوامل برون‌زا مانند تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران و نیز کاهش

قیمت جهانی نفت، حجم تجارت دو کشور رو به کاهش گذاشته است. به گونه‌ای که ارزش این مبادلات در سال ۲۰۱۵ به ۶۴۰ میلیون دلار رسیده است. این در حالی است که در همایش تجاری ایران و قزاقستان که در سال ۱۳۹۳ با حضور مقامات عالی‌رتبه دو کشور برگزار گردید، رؤسای جمهور ایران و قزاقستان از عزم دو کشور به افزایش مبادلات اقتصادی و تجاری تا سطح ۵ میلیارد دلار خبر دادند.

بدیهی است تحقق این هدف و افزایش حجم مبادلات تجاری کنونی، نیازمند توجه به ظرفیت‌های بالای دو کشور برای همکاری بر پایه رفع نیازهای یکدیگر و بهره‌مندی از فرصت‌های اقتصادی متقابل است. کتاب پیش رو با درک چنین ضرورتی تدوین شده است و تلاش می‌کند اطلاعات لازم را به منظور شناسایی فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری کشور قزاقستان در اختیار فعالان اقتصادی، تجار و سرمایه‌گذاران کشور قرار دهد. در این کتاب، اقتصاد و بازار قزاقستان از زوایای مختلف و در قالب پنج فصل تحلیل شده است. فصل نخست کتاب با عنوان خلاصه مدیریتی متناسب با نیاز مدیران ارشد و تصمیم‌گیران بخش‌های خصوصی و دولتی تدوین شده و سعی دارد به اجمال مهم‌ترین نتایج و یافته‌های فصول دوم تا پنجم را بیان نماید. مطالب این فصل به تفصیل و همراه با جزئیات دقیق در فصول دیگر کتاب و بنا به نیازهای اطلاعاتی کارشناسان بخش‌های بازرگانی و بازاریابی شرکت‌ها ارائه شده است. پس از خلاصه مدیریتی، در فصل دوم با عنوان «اقتصاد قزاقستان: چشم‌اندازی کلان»، در کنار معرفی مختصر کشور قزاقستان و پیشینه تاریخی، فرهنگی و سیاسی این کشور، به تحلیل ساختار اقتصاد قزاقستان، عملکرد تجاری آن، درجه ریسک سیاسی و سرمایه‌گذاری در این کشور پرداخته شده است. در ادامه روابط بین‌الملل قزاقستان تحلیل و آثار آن بر تحولات اقتصادی آتی این کشور بررسی شده است. در نهایت فصل دوم با پیش‌بینی روند متغیرهای کلان اقتصاد قزاقستان و بررسی تاثیرات احتمالی آن‌ها پایان می‌پذیرد.

فصل سوم کتاب با عنوان «الگوهای مصرفی قزاقستان» به شناسایی و تحلیل ترجیحات مصرف‌کنندگان می‌پردازد. معرفی نیازهای مصرفی جامعه قزاقستان در گروه‌های سنی مختلف، گرایش‌های مصرفی زنان، مردان و کودکان، الگوی مصرف مواد غذایی، کفش و البسه از محورهای اصلی این فصل به شمار می‌رود. علاوه بر این، در این فصل نگرش عمومی مصرف‌کنندگان قزاق نسبت به خرید کالاهای بادوام، مسکن، اتومبیل و همچنین الگوی گذران اوقات فراغت، الگوی درآمد و هزینه خانوار بررسی و تحلیل شده است. فصل چهارم تحت عنوان «ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری قزاقستان»، به برآورد اندازه بازار در هر یک از گروه‌های عمده فعالیت‌های اقتصادی می‌پردازد. این فصل با معرفی و تحلیل توانمندی‌های تولید داخلی آغاز می‌شود. بنابراین ابتدا در هر یک از گروه‌های عمده فعالیت‌های اقتصادی بر اساس طبقه‌بندی دورقمی (ISIC) مهم‌ترین محصولات تولیدی قزاقستان معرفی، روند تولید آن‌ها طی دوره ۱۵ ساله اخیر بررسی و مهم‌ترین مناطق تولیدکننده این محصولات در قزاقستان شناسایی شده است. این امر می‌تواند تصویر



روشنی به فعالان اقتصادی به ویژه سرمایه‌گذاران و صادرکنندگان مواد اولیه یا ماشین‌آلات ارائه دهد. سپس به منظور برآورد اندازه بازار در هر یک از این گروه‌ها، روند صادرات و واردات بررسی و در کنار حجم تولیدات داخلی تحلیل شده است. از نتایج این تحلیل، اولاً اندازه بازار در هر یک از گروه‌های فوق برآورد خواهد شد. ثانیاً مشخص می‌شود که در هر گروه، چه بخش از تقاضای بازار توسط تولیدات داخلی و چه بخش از محل واردات پاسخ داده می‌شود. در ادامه و به منظور تحلیل بهتر بازار و موقعیت رقبا، در هر گروه مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به قزاقستان معرفی، سهم بازار آن‌ها تعیین و با عملکرد تجاری کشور مقایسه شده است. پس از آن در هر یک از گروه‌های مذکور، عملکرد صادراتی استان‌های کشور بررسی و تحلیل شده است.

فصل پنجم با رویکردی عملیاتی، برخی از مهم‌ترین نکات اجرایی را در صادرات به قزاقستان برمی‌شمرد. اطلاعات این فصل در حقیقت مکمل نتایج فصول قبل بوده که می‌تواند در پیوند با آن‌ها فرآیند صادرات را برای صادرکنندگان کشور تسهیل نماید. این فصل به معرفی فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری از دید فعالان اقتصادی و تجار ایرانی مشغول به فعالیت در بازار قزاقستان می‌پردازد. آشنایی با شبکه حمل‌ونقل، شبکه توزیع کالا، نحوه قیمت‌گذاری کالا در بازار قزاقستان و ... از دیگر موضوعات این فصل است که آگاهی نسبت به آن در کاهش هزینه‌های مبادله صادرکنندگان موثر است.

در پایان کتاب و در بخش پیوست نیز، عملکرد صادراتی کشور در هر یک از فصول ۹۸ گانه کالایی بر اساس طبقه‌بندی سیستم هماهنگ توصیف و کدگذاری کالا (HS) بررسی و با رقبا مقایسه شده است. این بخش اطلاعات مورد نیاز فعالان اقتصادی را با جزئیات زیاد و به فراخور حوزه فعالیت آن‌ها سازماندهی کرده است. بنابراین فعالان اقتصادی متناسب با زمینه فعالیت خود می‌توانند از اطلاعات این بخش استفاده نمایند.

هدف از تدوین این کتاب، ارائه اطلاعات ملموس و کاربردی به فعالان اقتصادی است. از این رو در تهیه آن تلاش شده تا از نظرات کارشناسانه و تجربیات گران‌بهای صاحب‌نظران، سرمایه‌گذاران ایرانی مقیم در قزاقستان و همچنین برخی فعالان تجاری ایرانی و قزاقستانی بهره گرفته شود. در همین خصوص بر خود لازم می‌دانیم در این مجال از نظرات دلسوزانه و ارزشمند جناب آقای مهندس امیر عابدی رئیس اتاق مشترک ایران و قزاقستان، جناب آقای حسین مستعلی مدیر شرکت بین‌المللی بازرگانی هومان توس شرق، جناب آقای مهندس محمود رخصت مدیر عامل شرکت زردشت مهد بینالود، جناب آقای مهندس مهدی هروی مدیر عامل محترم شرکت HM Gorup، جناب آقای وصالی از فعالین اقتصادی مقیم قزاقستان قدردانی کنیم. در کنار فعالان اقتصادی ایرانی فوق که با توصیه‌های خود نقش بی‌بدیلی در تکمیل یافته‌های این تحقیق ایفا کرده‌اند، لازم است مراتب سپاس خود را از آقایان عسگر ژورابکوف، یوسف پیلتن،

و اصغر قزاق از فعالان اقتصادی قزاقستان اعلام نماییم که در راستی آزمایی و صحه گذاری بر یافته‌های این تحقیق ما را یاری کردند. پس از تهیه نسخه اولیه این کتاب، گروهی از صاحب‌نظران حوزه تجارت کشور به رغم مشغله کاری فراوان، بزرگوارانه و سخاوتمندانه، متن را مطالعه نموده و نقطه نظرات ارزشمند خود را در جهت بهبود کار ارائه کردند. از این بزرگواران بالاخص آقایان محمدرضا توکلی‌زاده عضو محترم هیأت رئیسه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی، مهندس محمود سیادت عضو محترم هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی که همواره با حمایت‌های بی‌دریغ خود یاور و پشتیبان ما بودند، مهندس حمید طیبی عضو محترم هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی، محمد حسین روشک عضو محترم هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی و ریاست محترم اتحادیه صادرکنندگان استان خراسان رضوی، به پاس حمایت‌هایشان صمیمانه سپاسگزاریم. علاوه بر این وظیفه خود می‌دانیم از کارشناسان عزیزی که در برهه‌های زمانی مختلف به انحاء گوناگون در تحلیل و پردازش اطلاعات این کتاب یاری‌رسان ما بودند؛ خانم‌ها رئوفه افشارزاده، سحر عباسپور، مائده فریادرسان و آقای مسعود زارع تشکر نماییم.

بدون شک نگارش این کتاب بدون حمایت مادی و معنوی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی میسر نبود. از این رو بر خود لازم می‌دانیم از اعتماد و حمایت مدیران اتاق بازرگانی بالاخص جناب آقای مهندس شافعی ریاست محترم اتاق ایران، جناب آقای دکتر پدارم سلطانی نایب رئیس محترم اتاق ایران، جناب آقای مهندس علیرضا اشرف دبیر محترم اتاق ایران و جناب آقای مهندس علی کبیر دبیر محترم اتاق خراسان رضوی که در مراحل مختلف تدوین این کتاب پشتیبان و حامی ما بودند قدردانی نماییم.

در تکمیل این کتاب و رفع نواقص آن نمی‌توان نقش ارزشمند ناظران محترم علمی و اجرایی این پروژه مطالعاتی را نادیده گرفت. لازم است از این بزرگواران بالاخص جناب آقای دکتر مرتضی اله‌داد، جناب آقای دکتر اسفندیار امیدبخش و جناب آقای صالح نیازی تشکر و قدردانی نمود.

امید است یافته‌های این کتاب بتواند کمکی هر چند کوچک در مسیر اعتلای اقتصاد و تجارت میهن عزیزمان بردارد.

فصل اول:

خلاصہ مدیریتی

۱-۱- مقدمه

کتاب پیش رو تلاشی است در جهت آشنایی هر چه بیشتر با اقتصاد قزاقستان، شناسایی الگوهای مصرفی مصرف‌کنندگان آن و برآورد اندازه و حجم بازارهای مختلف این کشور، که در قالب پنج فصل تدوین شده است. در چهار فصل پیش‌رو، هر یک از محورهای فوق به تفصیل و همراه با جزییات ارائه گردیده است. اگرچه این امر می‌تواند از دید کارشناسان بخش‌های خصوصی و دولتی امری مثبت تلقی شود، از حوصله و وقت مدیران ارشد و تصمیم‌گیران بخش خصوصی و دولتی خارج است. از این رو در این فصل، خلاصه‌ای از مطالب فصول آتی کتاب متناسب با نیاز این گروه از مخاطبان ارائه شده است. این مطالب در ادامه و ذیل چهار محور اصلی ارائه شده است. محور نخست تحت عنوان اقتصاد، سیاست و جامعه قزاقستان تلاش می‌کند مهم‌ترین مباحث فصل دوم کتاب را به صورت مختصر ارائه نماید. محور دوم با عنوان سبک زندگی مصرف‌کنندگان قزاقستان، نکات مختصری از مطالب فصل سوم را منعکس نموده است. محور سوم با عنوان ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری قزاقستان مرور مختصری بر مطالب فصل چهارم کتاب است که در آن بازار گروه‌های مختلف کالایی به تفصیل تحلیل شده است. در نهایت محور چهارم تحت عنوان واقعیت‌های تجارت با قزاقستان به طور خلاصه مهم‌ترین مباحث فصل پنجم را مطرح می‌کند که در آن برخی راهکارهای عملی در خصوص صادرات کالا به قزاقستان بیان شده بود. خوانندگان محترم در صورت نیاز می‌توانند مطالب این بخش را با جزییات کامل در فصول مربوطه مطالعه فرمایند.



۲-۱- اقتصاد، سیاست و جامعه قزاقستان

۱-۲-۱- اقوام، فرهنگ و جامعه قزاقستان

مهم‌ترین شگفتی جامعه قزاقستان تحمل بالای اقوام و مذاهب مختلف است. اگرچه اکثریت جمعیت قزاقستان را مسلمانان تشکیل می‌دهند، تنوع قومی و مذهبی در این کشور به دلایلی چون موقعیت جغرافیایی به عنوان محل تلاقی ادیان بزرگ جهان، سیاست‌های قومیتی شوروی سابق و سکنی‌گزیدن برخی مهاجران اروپایی بسیار زیاد است. این تنوع فرهنگ در گسترش تجارت قزاقستان با سایر کشورها موثر بوده است. امروزه قزاقستان میزبان نزدیک به ۱۳۰ گروه مختلف قومی و ۱۷ گروه مذهبی است. ۴۷ درصد از جمعیت ۱۷/۴ میلیون نفری قزاقستان را مسلمانان، ۴۴ درصد ارتدکس‌های روسی و بقیه را پیروان سایر مذاهب تشکیل می‌دهند.

۲-۲-۱- ویژگی‌های جمعیتی

قزاقستان دارای جامعه نسبتاً جوانی است. نزدیک به ۶۸ درصد جمعیت این کشور در سن کار قرار دارند. ۲۵ درصد افراد زیر ۱۵ سال هستند و تنها ۷ درصد جمعیت بالای ۶۵ سال دارند. هرچند در دهه ۱۹۹۰ و به دنبال استقلال قزاقستان جمعیت این کشور به شدت کاهش یافت، اما از سال ۲۰۰۱ جمعیت با نرخ با ثباتی افزایش یافته است. بر همین اساس، پیش‌بینی می‌شود در سال‌های آینده تقاضا برای بخش بهداشت و درمان و همچنین تقاضا برای خدمات آموزشی، فرهنگی، ورزشی و صنایع مرتبط رشد یابد.

در قزاقستان گرایش به شهرنشینی رو به افزایش است. پرجمعیت‌ترین شهر این کشور آلماتی پایتخت پیشین قزاقستان است که بالغ بر ۱/۵ میلیون نفر جمعیت دارد. آستانه پایتخت کنونی قزاقستان با جمعیت ۸۵۰ هزار نفر دومین شهر پرجمعیت این کشور است. در کنار رشد شهرنشینی، مهاجرت افراد از شهرهای کوچک به شهرهای بزرگ با هدف دستیابی به فرصت‌های شغلی بهتر، درآمد و سطح زندگی بالاتر عاملی بوده که توسعه فضایی و رشد جمعیت شهرهای بزرگ را به همراه داشته است. هم‌چنین، موقعیت اقتصادی قزاقستان در منطقه آسیای مرکزی، فرصت‌های شغلی بیش‌تر و دستمزد بالاتر در مقایسه با سایر کشورهای آسیای مرکزی در کنار فرهنگ و زبان مشترک، این کشور را به یکی از مقاصد مهم مهاجرت برای جوانان جویای کار از سایر کشورهای آسیای مرکزی بدل ساخته است.

۲-۲-۳- نظام سیاسی

مطابق با قانون اساسی، نظام سیاسی قزاقستان دمکراتیک و از نوع جمهوری ریاستی است. در این کشور، قدرت اجرایی در دست دولت و قدرت قانونی در اختیار پارلمان است. با این حال و به رغم تفکیک قوای موجود، قوه مجریه این کشور از قدرت زیادی برخوردار است و سایر قوای حکومتی قدرت اندکی دارند. از

زمان استقلال قزاقستان تاکنون، نور سلطان نظربایف رهبر حزب دموکراتیک خلق موسوم به نورواتان زمام قدرت را در اختیار داشته است. وی در سال ۲۰۱۵ برای پنجمین دوره متوالی با ۹۸ درصد آراء به عنوان رئیس جمهور قزاقستان برگزیده شد. این حزب بانفوذترین حزب قزاقستان است و از ۹۸ کرسی پارلمان ۸۳ کرسی را در اختیار دارد.

طبق اطلاعات موسسه بین‌المللی خانه آزادی که هر ساله سطح آزادی‌های سیاسی را در کشورهای جهان پایش می‌کند، قزاقستان به لحاظ سیاسی کشوری غیرآزاد به شمار می‌رود. با این حال در شاخص ثبات سیاسی ارائه شده توسط بانک جهانی، قزاقستان از وضعیت مطلوبی برخوردار است و به لحاظ سیاسی کشوری نسبتاً باثبات محسوب می‌شود.

۴-۲-۱- روابط بین‌المللی قزاقستان

تأمین امنیت اقتصادی قزاقستان نیازمند ایجاد روابط اقتصادی و تجاری سودمند و جذب سرمایه‌های خارجی از کشورهای مذکور به ویژه در زمینه بهره‌برداری از منابع هیدروکربوری و معادن است. با درک چنین ضرورت‌هایی قزاقستان سیاست خارجی چندسویه را مبنای روابط خارجی خود قرار داده است. سیاست خارجی چندسویه از دیدگاه نظربایف به معنای توسعه روابط قابل پیش‌بینی و دوستانه با همه دولت‌هایی است که نقش معناداری در سیاست جهانی بازی می‌کنند. در چارچوب این سیاست وی تلاش کرده است روابط خود را به صورت متوازن و پایدار با ایالات متحده، چین، روسیه و کشورهای اروپایی توسعه بخشیده و امنیت اقتصادی سیاسی قزاقستان را تأمین کند.

۵-۲-۱- نظام اقتصادی

نظام اقتصادی قزاقستان مانند سایر اقتصادهای درحال گذار، آمیخته‌ای از اقتصاد بازار و برنامه‌ریزی اقتصادی مرکزی است که هم فعالیت آزاد بخش خصوصی و هم برنامه‌ریزی و مقررات‌گذاری دولت را شامل می‌شود. بنا به گزارش سال ۲۰۱۵ بنیاد هریتیج، این کشور در شاخص مداخله دولت در اقتصاد نمره ۶۳/۳ را کسب کرده است و ۳۶/۷ امتیاز با عدد ۱۰۰ یعنی استقلال کامل اقتصاد از دولت فاصله داشته است. از این حیث باید گفت دخالت دولت قزاقستان در اقتصاد پس از ارمنستان از سایر کشورهای مشترک‌المنافع و حتی از روسیه کم‌تر است.

۶-۲-۱- رشد اقتصادی

قزاقستان به مانند سایر اقتصادهای نفتی، وابستگی زیادی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت و گاز دارد. نفت و گاز در حدود ۳۵ درصد از تولید ناخالص داخلی قزاقستان را تشکیل داده و در پنج سال گذشته بسته به قیمت‌های جهانی بین ۶۷ تا ۷۵ درصد از صادرات این کشور را شامل شده است. در نتیجه این



وابستگی، به دنبال کاهش قیمت جهانی نفت خام در دو سال اخیر، اقتصاد قزاقستان وارد رکود شده است. به طوری که درآمد سرانه این کشور که از سال ۲۰۰۰ رشدی مستمر را تجربه کرده است از ۱۲۵۰۰ دلار در سال ۲۰۱۴، به ۱۱۵۸۰ دلار در سال ۲۰۱۵ رسیده است.

رشد شتابان درآمد سرانه قزاقستان از آغاز قرن جاری، نقش مهمی در کاهش فقر ایفا کرده است. به طوری که درصد افراد زیر خط فقر با کاهشی چشمگیر از ۴۷ درصد در سال ۲۰۰۱، به ۳ درصد در سال ۲۰۱۴ رسیده است. افزایش درآمد سرانه در یک دهه اخیر، سطح زندگی افراد را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشیده است.

۷-۲-۱- نرخ ارز و تورم

کاهش درآمدهای ارزی قزاقستان در نتیجه افت قیمت نفت خام در سال‌های اخیر، سبب شد این کشور در سال ۲۰۱۵ رژیم ارزی خود را از رژیم نرخ ارز مدیریت شده به رژیم نرخ ارز شناور تغییر دهد. در نتیجه این سیاست، ارزش دلار که چند سالی در حدود ۱۸۳ تنگه مدیریت می‌شد به شدت افزایش یافت و در پایان سال ۲۰۱۵ به ۳۵۰ تنگه رسید. تضعیف پول ملی موج افزایش قیمت‌ها را از سه ماهه پایانی سال ۲۰۱۵ به دنبال داشته است به گونه‌ای که بر اساس شاخص بهای مصرف‌کننده، نرخ تورم از ۴ درصد در آگوست ۲۰۱۵ به ۱۶ درصد در آوریل ۲۰۱۶ رسیده است.

۸-۲-۱- تجارت خارجی

صادرات قزاقستان تا حدود زیادی به تولید نفت و گاز وابسته است و بخش قابل توجهی از کل صادرات این کشور را صادرات نفت خام و گاز طبیعی تشکیل می‌دهد. در نتیجه در سال‌های اخیر، با کاهش قیمت نفت خام، ارزش صادرات این کشور به شدت تنزل یافته است. به گونه‌ای که از ۳۳ میلیارد دلار کاهش صادرات قزاقستان در سال ۲۰۱۵ نزدیک به ۳۰ میلیارد دلار آن نتیجه کاهش ارزش صادرات نفت و گاز است. در این سال صادرات غیر نفتی قزاقستان نیز کاهش یافته و با ۴ میلیارد دلار تنزل به ۱۵ میلیارد دلار رسیده است. در میان کالاهای صادراتی غیر نفتی، محصولات معدنی و صنایع آهن و فولاد بیش‌ترین کاهش ارزش صادرات را تجربه کرده‌اند.

کشورهای ایتالیا، چین، هلند، روسیه، فرانسه، سوئیس، رومانی و ترکیه به ترتیب مهمترین مقاصد صادراتی کشور قزاقستان هستند. فرآورده‌های نفتی بالغ بر ۹۰ درصد و گاه حتی نزدیک به ۹۹ درصد صادرات قزاقستان به این پنج کشور اروپایی را تشکیل می‌دهد. در حالی که سبد صادراتی قزاقستان به چین، ترکیه و روسیه متنوع‌تر است. چین علاوه بر واردات محصولات هیدروکربوری، محصولاتی همچون مس و سنگ‌های معدنی را نیز از قزاقستان وارد می‌کند. ترکیه نیز در کنار واردات نفتی، وارد کننده غلات از

قزاقستان است.

سهم کشور قزاقستان از کل واردات جهان حدود ۰/۱ درصد است. روسیه بزرگترین صادرکننده کالا به قزاقستان است. در سال ۲۰۱۵ بالغ بر ۳۴ درصد واردات قزاقستان به ارزش ۱۰/۳ میلیارد دلار توسط روسیه تأمین شده است. کشورهای چین، آلمان، آمریکا و ایتالیا رتبه‌های بعدی را در بین صادرکنندگان کالا به کشور قزاقستان دارا هستند. در دو سال اخیر، واردات قزاقستان روندی نزولی را تجربه کرده است. واردات این کشور که در سال ۲۰۱۴ با ۸ میلیارد دلار کاهش به ۴۱ میلیارد دلار رسیده بود، روند کاهشی خود را با شتاب بیش‌تر ادامه داده و با ۱۱ میلیارد کاهش به ۳۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ رسیده است. تغییر رژیم ارزی قزاقستان به رژیم نرخ ارز شناور در کنار رکود اقتصادی و کاهش سطح درآمد از مهم‌ترین دلایل کاهش واردات این کشور محسوب می‌شود.

۹-۲-۱- مهم‌ترین کالاهای تجاری

بعد از نفت خام و گاز طبیعی، مواد شیمیایی معدنی، فلزات گرانبها، ایزوتوپ‌های رادیواکتیو، فلزاتی مانند آهن و فولاد، مس و مصنوعات آن، سنگ معدن و همچنین غلات از مهم‌ترین اقلام صادراتی قزاقستان به شمار می‌آیند. در میان محصولات وارداتی قزاقستان، ماشین‌آلات و همچنین تجهیزات الکترونیکی بیش‌ترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند و در حدود ۲۸ درصد از کل واردات را تشکیل می‌دهند. پس از آن به ترتیب مصنوعات از آهن و فولاد، وسایل نقلیه، سوخت‌ها و روغن‌های معدنی، محصولات دارویی و محصولات پلاستیکی بیش‌ترین سهم را دارند.

۱۰-۲-۱- روابط تجاری ایران و قزاقستان

در سال ۲۰۱۵ حجم تجارت دو کشور ایران و قزاقستان ۶۳۵ میلیون دلار بوده که نسبت به سال قبل ۳۶ درصد کاهش یافته است. روند تجارت متقابل این دو کشور از رابطه پرفراز و نشیبی حکایت دارد که اوج آن به سال ۲۰۰۸ برمی‌گردد. در این سال حجم تجارت دو کشور به ۲/۴ میلیارد دلار رسید. با این حال پس از ۲۰۰۸ تجارت دو کشور روندی نزولی را تجربه کرده است به گونه‌ای که در ۲۰۱۵ به کم‌ترین مقدار خود طی یک دهه گذشته رسیده است. وضع تحریم‌های بین‌المللی علیه جمهوری اسلامی ایران و همچنین رکود اقتصادی قزاقستان در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ از مهم‌ترین دلایل کاهش تجارت دو کشور طی دهه اخیر به شمار می‌روند.

مهم‌ترین کالاهای صادراتی قزاقستان به ایران در سال ۲۰۱۵ به ترتیب عبارتند از آهن و فولاد، غلات، غذای دام و طیور، مواد شیمیایی معدنی، ترکیبات فلزات گرانبها، ایزوتوپ و دانه‌های روغنی. مهم‌ترین کالاهای صادراتی ایران به قزاقستان به ترتیب عبارتند از آجیل، خرما، میوه و خشکبار، سیمان، پلاستیک



و انواع پلیمرها، ماشین آلات و مصالح ساختمانی.

۱۱-۲-۱- برنامه‌های دولت برای اصلاحات

هدف اصلاحات دولت در قزاقستان، کاهش وابستگی به درآمدهای نفت و گاز و تبدیل کردن این کشور به یک اقتصاد دانش‌بنیان با ساختار تولیدی متنوع و متکی بر توان بخش خصوصی است. تقویت نهادها، بهبود زیرساخت‌های فیزیکی و بالا بردن کیفیت سرمایه انسانی سه رکن اصلی استراتژی بلندمدت قزاقستان در راستای توسعه این کشور را تشکیل می‌دهند.

۱۲-۲-۱- چشم‌انداز اقتصاد قزاقستان

پیش‌بینی بانک جهانی حاکی از پایین ماندن قیمت نفت در سال ۲۰۱۶ و البته بهبود تدریجی آن در سال ۲۰۱۷ است. این مساله در میان‌مدت، با کاهش عدم اطمینان سرمایه‌گذاران و افزایش مصرف، تقاضای کل اقتصاد را افزایش خواهد داد و رشد تولید را در پی خواهد داشت. طبق پیش‌بینی بانک جهانی، رشد تولید ناخالص داخلی قزاقستان در سال ۲۰۱۶ حدود یک درصد خواهد بود که انتظار می‌رود مقدار آن در سال ۲۰۱۷ به ۳/۳ درصد برسد. البته در یک سناریوی بدبینانه‌تر، ممکن است قیمت جهانی نفت در سال ۲۰۱۶ باز هم کاهش یابد که این باعث کاهش بیش‌تر تقاضای داخلی و به تبع آن تولید قزاقستان خواهد شد.

با این حال، نکته قابل ذکر در هر دو سناریوی فوق این است که تولید نفت قزاقستان به احتمال زیاد در سال ۲۰۱۷ با شروع مجدد بهره‌برداری از میدان نفتی عظیم کاشاگان افزایش خواهد یافت. این امر ضمن جبران آثار کاهش قیمت نفت، موجب رونق تولید و بهبود ترازپرداخت‌ها خواهد شد. اگرچه ریسک تأخیر در بهره‌برداری از کاشاگان، تداوم رکود در روسیه و کاهش رشد اقتصادی چین، کمکان برای اقتصاد قزاقستان وجود دارد، آنچه از بدبینی‌ها نسبت به آینده اقتصاد این کشور می‌کاهد این است که بر اساس برآوردها، با بهره‌برداری از میدان نفتی کاشاگان، قزاقستان تا سال ۲۰۲۰ به پنجمین تولیدکننده نفت در جهان تبدیل می‌شود.

۳-۱- اعتماد مصرف‌کنندگان

شاخص اعتماد مصرف‌کنندگان معیاری است که درجه خوش‌بینی افراد یک جامعه را نسبت به آینده اقتصاد اندازه‌گیری می‌کند. پیداست هرچه مصرف‌کنندگان به آینده خوش‌بین‌تر باشند، تمایل بیش‌تری به خرید کالاها و خدمات خواهند داشت که این امر در رشد تقاضا برای کالاها و خدمات انعکاس خواهد یافت. مطابق با پیش‌بینی سازمان‌های جهانی به رغم کاهش رشد اقتصادی دو سال اخیر در نتیجه کاهش قیمت نفت خام و رکود اقتصاد روسیه و کاهش رشد اقتصادی چین، شاخص اعتماد مصرف‌کننده روند نسبتاً ثباتی را تا سال ۲۰۱۷ حفظ خواهد کرد که مهم‌ترین دلیل آن برنامه‌های دولت برای اصلاحات و

افزایش رشد اقتصادی است.

۱-۳-۱- آموزش

بر اساس پیش بینی‌ها، جمعیت زیر ۱۵ سال قزاقستان در سال ۲۰۲۰ در حدود ۵/۳ میلیون نفر خواهد بود. تحصیل مهم‌ترین فعالیت این گروه از جمعیت را تشکیل می‌دهد. با توجه به سهم بالای این گروه از جمعیت و نیز افزایش سطح آگاهی والدین، انتظار بر این است که بخش عمده‌ای از مخارج مصرف‌کنندگان قزاقستانی در حال حاضر و طی پنج سال آینده در زمینه آموزش و کالاها و خدمات مرتبط با آن صرف شود.

بر اساس اطلاعات آژانس آمار، در قزاقستان ۵۳ دانشگاه دولتی وجود دارد که ۲۸۰ هزار دانشجو در آنها مشغول به تحصیل هستند. از این تعداد ۵۷/۸ درصد زن و مابقی مرد هستند. در آلماتی، تقریباً ۱۴۰ هزار نفر دانشجو در سال وارد دانشگاه می‌شوند. محل اقامت در بزرگترین شهر کشور هزینه بالایی دارد و اغلب گران‌تر از هزینه تحصیل است. دانشجویان برای سکونت در اقامت‌گاه‌های مشترک نزدیک به پردیس دانشگاه، ماهانه ۳۰ هزار تنگه پرداخت می‌کنند. اگر فردی بخواهد به تنهایی اقامت‌گاهی اجاره کند، باید ماهانه ۵۰ هزار تنگه یا بیش‌تر بپردازد. اجاره یک اتاق خوابگاه در شهر، بین ۲۰ تا ۴۰ هزار تنگه است که سالانه پرداخت می‌گردد. صرف غذا در غذاخوری دانشجویان نیز حدود ۵۰۰ تنگه هزینه دارد.

آموزش بزرگسالان عمدتاً به بخش خصوصی، سازمان‌های بین‌المللی و سازمان‌های غیردولتی واگذار شده است. برای آموزش بزرگسالان، انجمن‌های آموزشی تأسیس شده است. هدف این انجمن‌ها توسعه دوره‌های آموزشی با توجه به نیازهای فردی اعضا است. برنامه‌های آموزشی این انجمن‌ها عبارتند از زبان‌های خارجی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، بهداشت، خیاطی، نجاری، آموزش نیمه‌حرفه‌ای و برنامه‌های توانمندسازی برای کل اعضای جامعه.

۱-۳-۲- شرایط و عادات‌های کاری

طبق قانون کار، دوشنبه تا جمعه روزهای کاری در قزاقستان است که با احتساب یک ساعت توقف برای صرف ناهار، در مجموع ساعات کاری به هشت ساعت در روز و ۴۰ ساعت در هفته می‌رسد. در ژانویه ۲۰۱۶، متوسط حقوق نیروی کار ماهر ۱۰۹/۵ هزار تنگه، متوسط حقوق نیروی کار غیرماهر ۶۰ هزار تنگه و متوسط حقوق نیروی کار در صنایع کارخانه‌ای ۱۴۷ هزار بوده است. در این کشور سن بازنشستگی برای مردان ۶۳ سال و برای زنان ۵۸ سال است. حداقل سال‌های اشتغال برای مردان ۲۵ و برای زنان ۲۰ سال است. از اول ژانویه ۲۰۱۳، حداقل مستمری ۱۹۰۶۶ تنگه و حداکثر مستمری ۶۷۵۰۹ تنگه تعیین شد. بر اساس برآوردهای انجام شده در سپتامبر ۲۰۱۶ دستمزد تأمین‌کننده هزینه زندگی برای هر فرد ۸۴/۹



هزار تنگه و دستمزد تأمین کننده هزینه زندگی خانواده ۱۳۷/۵ هزار تنگه است.

اگرچه قزاقستان یک کشور مسلمان است، هیچ قانون پوشش مشخصی برای زنان در آلماتی وجود ندارد. نوع پوشش در سازمان‌های خارجی و محلی با یکدیگر متفاوت است و توسط مدیریت مشخص می‌گردد. پس از یک سری سخنرانی و هشدارها در مورد گسترش نظرات مذهبی افراطی در قزاقستان، رئیس جمهور این کشور در سال ۲۰۱۱ قانون جدیدی مبنی بر ممنوعیت فعالیت‌های مذهبی مانند خواندن نماز در محل کار و حجاب در انتظار عمومی را امضاء و تصویب کرد.

۳-۳-۱- عادات‌های غذایی و نوشیدنی

غذاهای سنتی قزاقستان به شدت از سبک زندگی عشایری مردم تأثیر پذیرفته است. گوشت در انواع مختلف، همواره یکی از مواد اولیه غذاهای مردم بوده است. با این حال اخیراً سبزیجات، میوه‌ها، ماهی، غذاهای دریایی، غذاهای پختنی و شیرینی به لیست مواد غذایی محبوب مردم اضافه شده است. معمولاً چای به همراه غذاهای سنتی و در تشریفات مذهبی نوشیده می‌شود. البته نوشیدن قهوه نیز بین تجار حرفه‌ای، افراد مهاجر، دانشجویان و افراد جوان رواج یافته. اما برخلاف چای، محبوبیت قهوه بستگی به شرایط اقتصادی مصرف‌کنندگان دارد. زمانی که وضع مالی مردم رو به راه نباشد مردم به سمت نوشیدنی‌های ارزان‌تر متمایل می‌شوند.

محبوبیت استفاده از مواد اولیه به صورت کنسرو در حال زیاد شدن است و قوطی‌های کنسرو عملاً در هر فروشگاه مواد غذایی یافت می‌شود. در مجموع بیش‌ترین مواد غذایی مصرفی، گوشت، نان و غلات است در حالی که کم‌ترین مواد مصرف شده ماهی و غذاهای دریایی است. خوردن تنقلات نیز در قزاقستان نسبتاً متداول است.

محبوبیت غذاهای فست‌فودی در حال رشد است اما این نوع مواد غذایی در سراسر کشور به طور یکسان در دسترس نیست. در سال‌های اخیر چندین رستوران ایتالیایی و فرانسوی در قزاقستان افتتاح شده است. افزایش تقاضا برای این رستوران‌ها را می‌توان از طریق افزایش تعداد نیروی کار مهاجری که در سازمان‌های بین‌المللی در شهرهای آستانه و آلماتی مشغول به کار هستند، توضیح داد.

تقاضا برای محصولات ارگانیک در قزاقستان عمدتاً به دلیل افزایش علاقه نسبت به محصولات مصرفی سازگار با محیط زیست و تولیدات پاک است. هم‌چنین گرایش به سمت غذاهای حلال معتبر افزایش یافته است.

۳-۳-۴- نگرش نسبت به زیبایی

بسیاری از مردم قزاقستان معتقدند که ظاهر جذاب در پیشرفت شغلی به آن‌ها کمک می‌کند و منجر به

موفقیت در کسب و کار می‌شود. پس از فروپاشی شوروی، مفهوم زن بودن در قزاقستان به ایده‌آل‌های غربی نزدیک‌تر شده است و در حال حاضر مفهوم زیبایی با آخرین مد‌گره خورده است. در حال حاضر مردان قزاق نیز توجه بیش‌تری به ظاهر و نظافت شخصی خود دارند و هزینه‌های لوازم آرایشی و بهداشتی خاص آقایان در حال افزایش است. نکته درخور توجه این است که ترجیحات قزاق‌ها به شدت تحت تاثیر تبلیغات قرار دارد. برای مثال، در مورد محصولات مراقبت از پوست، قزاق‌ها ابتدا با دیگران مشورت می‌کنند، سپس محصولات را امتحان می‌کنند. اما در نهایت تبلیغات به خرید آن‌ها جهت می‌دهد.

۵-۳-۱- نگرش نسبت به لباس

فرهنگ پوشش در قزاقستان نسبتاً مدرن است. لباس‌های سنتی ساخته شده در خانه، تنها در بین افراد مسن رواج دارد. بسیاری از مردم از مد آگاه هستند و مدهای بین‌المللی را دنبال می‌کنند. مخارج صرف شده برای لباس و کفش تقریباً ۹/۶ درصد از کل هزینه‌های مصرف‌کننده را شامل می‌شود. در بازار لباس قزاقستان لباس‌های ارزان قیمت چینی، لباس‌های ترک، اقلام معمولی یا لوکس و لباس‌های مارک‌دار پیدا می‌شوند. به تازگی تقاضا برای پوشش‌های اسلامی نیز، رشد کرده است. با این حال با توجه به نگرانی رو به رشد در مورد افراط‌گرایی اسلامی، رئیس‌جمهور قزاقستان از جوانان خواسته است تا از لباس‌های عربی استفاده نکنند.

در قزاقستان مصرف‌کنندگان کفش توجه بیش‌تری نسبت به کشور مبدأ دارند تا نام تجاری. آن‌ها به دنبال قیمت مناسب، کیفیت رضایت‌بخش و راحتی هستند. بطور مثال نزدیک به ۷۵ درصد از قزاقستانی‌ها کفش‌های چینی با کیفیت پایین می‌پوشند. حدود ۱۰ درصد از کفش‌ها از روسیه و ۱۴ درصد از کشورهای ترکیه، آلمان، هلند و ایتالیا وارد می‌شود.

۶-۳-۱- نگرش نسبت به آراستگی ظاهری

خرید جواهرات و اشیای قیمتی با تاریخ مردم قزاقستان ارتباط دارد و نشان دهنده توسعه فرهنگ ملی است. کارشناسان اعتقاد دارند که سنت‌های ملی به کسب و کار جواهرات کمک کرده است. در حال حاضر جواهراتی که ارزش آن‌ها از ۲۰۰ تا ۳۰۰ دلار تخطی نمی‌کند دارای تقاضای بالایی هستند و حدود ۶۰ درصد از تقاضا را در بر می‌گیرند. به طور معمول قطعات جواهر سبک هستند و وزنی بین ۲ تا ۳ گرم دارند. در بین افراد علاقه‌مند به جواهرات، جواهرات سنتی ساخته شده با دست محبوب‌تر است. اگرچه تقاضا برای این نوع جواهرات بسیار کم و قیمت این محصولات بسیار گران است.

۷-۳-۱- بهداشت و درمان عمومی در مقابل بهداشت و درمان خصوصی

حدود ۸۰ درصد موسسات پزشکی قزاقستان عمومی هستند و دولت خریدار اصلی دارو به شمار می‌رود.



خدمات پزشکی در قزاقستان ۱۰ تا ۲۰ برابر ارزان‌تر از سایر نقاط جهان است. با این حال بیماران برخی از بیماران به منظور صرفه‌جویی در وقت و جلوگیری از سردرگمی در مراحل اداری به مراکز درمانی خصوصی و یا پزشکان مشخصی مراجعه می‌کنند. ۷۰ درصد از مردم قزاقستان بدون نسخه پزشک دارو مصرف می‌کنند. بسیاری از افراد به خوددرمانی متوسل می‌شوند تا از اتلاف وقت در درمانگاه‌های عمومی رها گردند. با توجه به ساختار سنی جمعیت قزاقستان جمعیت افراد سالخورده رو به افزایش است. بنابراین در صورت تداوم بوروکراسی اداری موجود در بخش عمومی، توسعه خدمات بهداشت و درمان خصوصی دور از ذهن نیست.

۸-۳-۱- نگرش به سلامت و مراقبت شخصی

با وجود در دسترس بودن انواع مختلفی از محصولات بهداشتی، فرهنگ رعایت بهداشت هنوز به طور قابل توجهی جا نیفتاده است. برای نمونه، بر اساس گزارش‌ها، تنها ۲۰ درصد از مردم در این کشور دندان‌های خود را صبح‌ها و یا هنگام رفتن به رختخواب مسواک می‌زنند.

هم چنین، حدود ۳۱/۸ درصد از جمعیت بالای ۱۵ سال دچار اضافه وزن هستند. در خانواده‌های سنتی که تمایل به خوردن غذاهای ملی وجود دارد رژیم غذایی و مواد غذایی سالم تا حد زیادی نادیده گرفته می‌شوند. کم تحرکی نیز از دیگر دلایل اضافه وزن است. بر همین اساس، وزارت بهداشت در سال ۲۰۰۷، کمپین سبک زندگی سالم را با هدف بهبود سلامت مردم و افزایش امید به زندگی راه‌اندازی کرد. در این سال امید به زندگی به ۷۱/۶ سال رسید. کاهش مصرف سیگار و الکل نیز از اهداف این کمپین است. همانند بسیاری از کشورهای مستقل مشترک‌المنافع، مصرف دخانیات در قزاقستان بالا است. از این رو مجلس در سال‌های اخیر قوانینی را در جهت کاهش مصرف سیگار تصویب کرده است.

۹-۳-۱- فروشگاه‌های عرضه کننده اقلام مهم غذایی و غیر غذایی مصرفی خانوار

بیش از ۶۶ درصد از مردم ترجیح می‌دهند مواد غذایی مصرفی روزانه خود مانند شیر و نان را از مغازه‌های نزدیک منزل تهیه کنند، در حالی که ۲۱/۸ درصد سوپر مارکت‌ها و ۹/۲ درصد بازار را انتخاب می‌کنند. در آلمانی، آستانه و آکتوبه، انواع مختلف سوپرمارکت‌ها و مراکز خرید در دسترس هستند. مصرف‌کنندگان در شهرهای کوچک‌تر به این علت که به این چنین مراکزی دسترسی ندارند، برای تهیه مواد غذایی باید به بازارها مراجعه کنند. ضمن این که برای مصرف‌کنندگان کم‌درآمد کیفیت و راحتی نسبت به قیمت اهمیت کم‌تری دارد. برای مثال، بازنشستگان بیش‌تر از بازارها خرید می‌کنند.

۱۰-۳-۱- خرید اقلام بادوام

مردم قزاقستان هنگام خرید کالاهای بادوام مشاوره و توصیه‌های دوستان و آشنایان خود را به دقت دنبال

می‌کنند. مردم قزاقستان به برندهای جاافتاده اعتماد می‌کنند اما زمان بیش‌تری را صرف تحقیق درباره نام‌های تجاری ناشناخته جدیدتر می‌کنند. آن‌ها به ندرت به اشکال جدید کالاها توجه می‌کنند و بیش‌تر لوازم خانگی سنتی خریداری می‌کنند.

۱۱-۳-۱- تجارت الکترونیک و تجارت از طریق تلفن همراه

گستره جغرافیایی و تعداد محدود شهرها مانع توسعه تجارت الکترونیک در قزاقستان است. اگرچه تقاضا برای تجارت الکترونیک در حال رشد است، اکثریت جمعیت از موفقیت‌های آن بی‌اطلاع بوده و به شیوه آنلاین بی‌اعتماد هستند. تقاضا برای تجارت الکترونیک در بخش خدمات به خصوص برای خرید بلیط هواپیما و قطار و ارتباطات بیش‌تر است. حدود ۱۵ درصد از لوازم الکترونیکی مصرفی نیز به صورت آنلاین به فروش می‌رسد. علت عملکرد ضعیف بازار تجارت الکترونیک را می‌توان در عدم وجود عرضه‌کنندگان حرفه‌ای، عدم سرمایه‌گذاری و زیرساخت‌های توسعه‌نیافته جستجو کرد. با این وجود بازارهای تجارت الکترونیک دارای پتانسیل عظیمی است. انتظار می‌رود با ورود عرضه‌کنندگان حرفه‌ای و جذب سرمایه‌گذاری، تقاضا برای تجارت الکترونیک افزایش یابد.

۱۲-۳-۱- گذران اوقات فراغت

امروزه تعداد کمی از قزاقستانی‌ها از نمایشگاه‌های هنر، کتابخانه‌ها، موزه‌ها و تئاتر بازدید می‌کنند. با توجه به محبوبیت اینترنت، استفاده از کتابخانه‌ها کم‌رنگ شده است. قزاق‌ها به انتخاب فعالیت‌های جمعی مانند بازدید از پارک و شهربازی، رستوران‌ها، کافه‌ها و بارها معروف هستند.

۱۳-۳-۱- تعطیلات رسمی، جشن‌ها و هدیه دادن

برخی از تعطیلات رسمی در کشور قزاقستان به زمان شوروی سابق بازمی‌گردد. مهم‌ترین آن‌ها، تعطیلات سال نو (اول ژانویه)، روز جهانی زن (هشتم مارس)، روز پیروزی (نهم می) و روز استقلال (۱۶ دسامبر) است. نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که مردم قزاقستان بیش‌تر جواهرات، گوشی موبایل، لپ‌تاپ، کت سمور، لوازم آرایشی و عطر و گل را به عنوان هدایای سال نو انتخاب می‌کنند. نوروز در ۲۲ مارس جشن گرفته می‌شود. در این روز مردم قزاق در خیابان‌های شهرها و روستاها چادرهای نم‌دی برپا می‌کنند و با خوردن غذا از جشن لذت می‌برند.

مهم‌ترین جشن‌های خانوادگی مراسم عروسی، تولد نوزادان، سالگردها به خصوص برای افراد مسن است. این جشن‌ها نسبتاً بزرگ است و تعداد مهمان‌ها می‌تواند بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ نفر باشد. مهمانان تمایل دارند که به میزبان کارت تبریک به همراه گل هدیه دهند. هدایای ازدواج به‌طور وسیعی متفاوت است در قزاقستان دادن کارد و چنگال، آینه یا سوزن به عنوان هدیه ظاهر بدی دارد. هم‌چنین اهدای ساعت به



عنوان هدیه توصیه نمی‌شود، زیرا به معنای این است که مردم باید مکانی را زود ترک کنند.

۱۴-۳-۱- سیستم حمل و نقل

سیستم حمل و نقل عمومی در قزاقستان به طور نسبتاً خوبی توسعه یافته و در این میان شهرهای بزرگی همچون آلماتی، آستانه و شیمکنت، از توسعه یافته‌ترین زیرساخت‌ها برخوردار شده‌اند. مردم در شهرهای بزرگ از این وسایل استفاده می‌کنند البته استفاده از اتومبیل شخصی هم رواج دارد. طبق اطلاعات مرکز آمار قزاقستان در سال ۲۰۱۵ به ازای هر ۱۰۰ نفر جمعیت قزاقستان، ۲۱ اتومبیل سواری وجود داشته است.

قزاقستان نهمین کشور پهناور جهان است در نتیجه خطوط هوایی نقش مهمی در ارائه خدمات حمل و نقل به مردم ایفا می‌کنند. با این حال، باتوجه به تراکم کم جمعیت، حجم ترافیک مسافری کم است و در نتیجه قیمت بلیط‌ها بسیار بالا است. برای بسیاری از قزاقستانی‌ها سفر هوایی گزینه‌ای لوکس به نظر می‌رسد. قزاقستان دارای ۲۲ فرودگاه اصلی است که از این فرودگاه‌ها ۱۴ فرودگاه خدمات بین‌المللی ارائه می‌کنند. فرودگاه آلماتی بزرگ‌ترین فرودگاه کشور است که سالانه به بالغ بر ۴ میلیون مسافر خدمات ارائه می‌کند. شبکه راه‌آهن قزاقستان که از زمان شوروی قدمت دارد، بسیار گسترده است. این شبکه همه شهرهای اصلی به جزء مناطق بزرگ مرکزی را به هم متصل کرده است.

۱۵-۳-۱- نگرش نسبت به روش‌های پرداخت

روش پرداخت مورد علاقه قزاقستانی‌ها روش نقدی است. در این کشور بیش از ۵۴ درصد از مردم تمایل به پرداخت نقدی دارند. ۲۵ درصد از طریق کارت‌های نقدی پرداخت می‌کنند و تنها ۴/۵ درصد به پول الکترونیکی اعتماد دارند. حدود ۱۳ درصد از مردم نیز نسبت به پول نقد، پول الکترونیکی و کارت‌های نقدی بی‌تفاوتند.

خرید آنلاین و پرداخت از طریق تلفن همراه در سال‌های اخیر رواج یافته است. ۲۰ درصد از دارندگان کارت از کارت‌های نقدی برای خریدهای آنلاین استفاده می‌کنند. بسیاری از مردم هم از طریق تلفن همراه خود پرداخت می‌کنند.

زیرساخت‌های تکنولوژیکی در حال بهبود است و پرداخت‌های الکترونیکی نسبت به گذشته محبوب‌تر شده است. پیشرفته‌ترین شبکه خدمات برای دارندگان کارت‌ها در شهرهای آلماتی، آستانه، قراغندی و شرق قزاقستان موجود است. شهروندان می‌توانند قبوض خدمات عمومی، آب، برق و غیره را از طریق پورتال دولت الکترونیکی پرداخت کنند.

۱۶-۳-۱- وام و رهن مسکن

بین سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲ پرداخت وام به افراد تا ۸۸/۵ درصد رشد داشته است. وام‌ها عمدتاً برای خرید ماشین، سفرهای خارجی، لوازم خانگی و هزینه‌های مربوط به ازدواج پرداخت می‌شوند. همزمان با رشد وام‌های مصرفی، اولویت‌های مصرف‌کنندگان نیز تغییر کرده است. اگرچه در سال ۲۰۱۱ تلفن‌های همراه، یخچال و فریزر (و مبلمان در آلمانی) محبوب‌ترین اقلام خریداری شده از طریق وام بوده‌اند، در سال ۲۰۱۲ تمرکز بیش‌تر بر اقلامی مانند تلویزیون، لپ‌تاب و گوشی‌های تلفن همراه بوده است.

در قزاقستان، ۱۷ بانک وام مسکن ارائه می‌دهند. مهم‌ترین شرایط دریافت وام، پرداخت اولیه بین ۱۰ تا ۵۰ درصد مقدار وام گرفته شده و ارائه وثیقه است. افرادی که سرمایه کافی برای پرداخت اولیه در اختیار ندارند نیز می‌توانند وام مسکن دریافت کنند اما باید الزامات بیش‌تری را رعایت کرده و کفایت درآمدی خود را اثبات کنند.

۴-۱- ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری قزاقستان

۱-۴-۱- بازار محصولات کشاورزی

بخش کشاورزی به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های لازم برای تنوع بخشیدن به اقتصاد و ایجاد اشتغال، یکی از بخش‌های مهم اقتصاد قزاقستان محسوب می‌شود. از نقطه نظر تاریخی، این بخش ستون اصلی اقتصاد قزاقستان بوده است. هر چند سهم بخش کشاورزی از تولید ناخالص داخلی نسبت به گذشته کاهش یافته و در سال ۲۰۱۵ تنها در حدود ۴/۸ درصد از آن را به خود اختصاص داده است؛ اما با در بر گرفتن ۲۵/۸ درصد از شاغلین، بزرگ‌ترین بخش اقتصادی قزاقستان از منظر اشتغال به شمار می‌رود. بیش از ۷۵ درصد از مساحت قزاقستان، برای کشت محصول مناسب است. از این رو، این کشور با دارا بودن زمین فراوان، در تولید محصولات کشاورزی مزیت نسبی دارد. هم‌چنین تنوع آب و هوایی و جغرافیایی از شمال تا جنوب این کشور، تولید محصولات کشاورزی متنوع در مناطق مختلف آن را امکان‌پذیر کرده است. به عنوان مثال، شمال این کشور، برای کشت غلات، مرکز آن مناسب پرورش دام و قسمت جنوبی برای کشت برنج، میوه و سبزیجات مناسب است.

۱-۴-۱-۱- محصولات زراعی، میوه‌ها و سبزیجات

گندم بهاره، جو، پنبه و برنج، عمده‌ترین محصولات زراعی قزاقستان هستند. قزاقستان یکی از تولیدکنندگان و صادرکنندگان بزرگ گندم باکیفیت است. ارزش صادرات غلات قزاقستان در سال ۲۰۱۴، در حدود ۱۴۶۰ میلیون دلار بوده است. در میان غلات، گندم و جو به ترتیب با ارزش ۹۲۴ و ۱۴۳ میلیون دلار بیش‌ترین صادرات قزاقستان را به خود اختصاص داده‌اند.



تولید چغندر قند عمدتاً در استان‌های آلماتی و ژامبیل صورت می‌گیرد. در سال‌های اخیر کمبود آب و سطح پایین تکنولوژی، تولید چغندر قند را کاهش داده است. همین مسئله منجر به افزایش واردات شکر شده است. از این رو، در سال‌های اخیر افزایش سطح زیر کشت چغندر قند و افزایش بهره‌وری در تولید این محصول با استفاده از تکنولوژی‌های روز مورد توجه واقع شده است و دولت به منظور افزایش تولید به تولیدکنندگان یارانه اختصاص داده است.

سیب زمینی یکی از محصولات است که تولید قابل توجهی دارد. این محصول تقریباً در تمام نقاط قزاقستان کشت می‌شود. روند تولید، صادرات، واردات و مصرف، نشان دهنده آن است که این کشور تقریباً تمام نیاز خود را در داخل تولید می‌کند.

علی‌رغم افزایش سطح زیر کشت سبزیجات و صیفی‌جات، افزایش جمعیت و افزایش اهمیت این محصولات در سید غذایی خانوار باعث رشد فزاینده واردات این محصولات شده است. در سال‌های اخیر مهم‌ترین کالاهای وارداتی این گروه محصولات شامل گوجه فرنگی، انواع کلم، خیار، پیاز و موسیر، فلفل، گل رز و سبزیجات بوده است.

در بخش تولید میوه‌ها، به جز سیب، شرایط آب و هوایی قزاقستان برای پرورش میوه درختی مناسب نیست. در سال ۲۰۱۴، قزاقستان با ۷۲۰ میلیون دلار کسری تجاری در بخش میوه مواجه بوده است. در این سال، این کشور معادل ۹۹ میلیون دلار چای سیاه، ۹۲ میلیون دلار انگور تازه، ۶۶ میلیون دلار سیب تازه و ۵۲ میلیون دلار هلو و شلیل وارد کرده است.

۲-۱-۴-۱- پرورش دام و تولید فرآورده‌های دامی

شرایط مناسب آب و هوایی برای پرورش دام و وجود چراگاه‌های گسترده باعث شده است که پرورش دام جایگاه ویژه‌ای در بخش کشاورزی قزاقستان پیدا کند. به طوری که در سال ۲۰۱۵ حجم تولیدات دامی به ۹۳۱ هزار تن انواع گوشت، تعداد ۴۷۳۷ میلیون انواع تخم‌پرنده‌گان، ۵۱۸۲ هزار تن شیر و ۳۸ هزار تن پشم رسیده است. با این وجود قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۲۵۳ میلیون دلار انواع گوشت و احشاء خوراکی، ۱/۷ میلیون دلار تخم‌پرنده‌گان به صورت تازه، ۳۰۵ میلیون دلار شیر و فرآورده‌های آن، ۴۴ هزار دلار پشم حلاجی و شانه زده نشده را وارد کرده است.

۳-۱-۴-۱- ماهی‌گیری و پرورش ماهی

بیش از ۹۷ درصد ماهی تولید شده در قزاقستان، از دریا صید می‌شود و ماهی پرورشی بخش کوچکی از تولید را به خود اختصاص داده است. مقایسه وضعیت صادرات و واردات ماهی از منفی بودن تراز تجاری این محصول حکایت دارد. بر اساس برآوردهای حاصل از این تحقیق، در سال ۲۰۱۵ در حدود ۷۱ هزار تن

ماهی در قزاقستان مصرف شده است. در مجموع سرانه مصرف ماهی در قزاقستان ۵ کیلوگرم در سال است.

۴-۱-۴-۱- بازار محصولات غذایی

در سال‌های اخیر رشد شهرنشینی، افزایش جمعیت و رشد درآمد سرانه از روند رو به رشد بازار صنایع غذایی حکایت دارد. بر اساس آخرین آمارها اندازه بازار محصولات غذایی قزاقستان بالغ بر ۱۰ میلیارد دلار تخمین زده شده است. در این بازار رو به رشد، تولیدکنندگان داخلی بیش از ۸ میلیارد دلار تولید یا نزدیک به ۸۰ درصد تقاضا را پاسخ می‌دهند. از مجموع ۲/۹ میلیارد دلار واردات قزاقستان در محصولات گروه صنایع غذایی، کشور ایران سهم درخور توجهی را به خود اختصاص داده است. ارزش صادرات محصولات غذایی ایران به قزاقستان در سال ۱۳۹۴ به سختی به ۲ میلیون دلار می‌رسد. در میان استان‌های کشور استان‌های خراسان رضوی، مازندران و تهران بیش‌ترین محصولات را به ترتیب با ارزش ۶۳۷/۵ هزار دلار، ۳۲۷ هزار دلار و ۲۱۹ هزار دلار به قزاقستان صادر کرده‌اند.

۴-۱-۴-۲- بازار دخانیات

اندازه بازار دخانیات در سال ۲۰۱۳ معادل ۰/۸ میلیارد دلار برآورد شده است. کشور قزاقستان سهم بزرگی از نیاز داخلی خود (حدود ۹۰ درصد) را از طریق تولید داخلی تأمین کرده است. از سال ۲۰۰۵ به بعد همواره واردات از صادرات بیش‌تر بوده و تراز تجاری منفی بوده است. اندازه واردات محصولات دخانی در سال ۲۰۱۴ به ۱۵۲ میلیون دلار رسیده است به طوری که سهم روسیه در صادرات این محصولات به قزاقستان قابل توجه است. البته در ۵ سال اخیر همگام با رشد تولید، رشد بسیار اندک صادرات هم مشاهده می‌شود و قرقیزستان یکی از مقاصد اصلی صادراتی در تمام این سال‌ها بوده است. در سال ۱۳۹۴ استان تهران ۱۰۱ هزار دلار عصاره و اسانس توتون و تنباکو به قزاقستان صادر کرده است.

۴-۱-۴-۳- بازار منسوجات، پوشاک، چرم

حدود ۱۱ درصد از هزینه‌های مردم قزاقستان صرف منسوجات، پوشاک و کفش اختصاص می‌شود. به دلیل دسترسی به مواد اولیه طبیعی مانند پنبه، پشم، ابریشم و همچنین مو و پوست حیوانات، تولید محصولات نساجی، پوشاک و چرم از فعالیت‌های سنتی در قزاقستان به شمار می‌رود که البته به هیچ عنوان پاسخ‌گوی نیاز بازار داخلی نیست.

اگرچه در هفت سال اخیر، تولیدات صنایع منسوجات، پوشاک و چرم به اندازه ۲/۳ برابر افزایش یافته است، عواملی چون کمبود مهارت، عدم وجود تجهیزات و تکنولوژی‌های پیشرفته و همچنین ضعف بازاریابی موجب شده است که این محصولات تنها ۰/۵ درصد از کل تولیدات صنعتی قزاقستان را در بر بگیرد. از این رو، بخش نساجی از جمله بخش‌هایی است که در برنامه توسعه و نوآوری صنعتی قزاقستان به ارتقای



آن توجه ویژه‌ای شده است.

۱-۳-۴-۱- بازار منسوجات

از سال ۲۰۱۰ با کاهش تعرفه واردات پارچه، واردات این کالا افزایش یافته است. میزان واردات با سرعتی بیش از تولید در حال افزایش بوده است و همین امر منجر به افزایش فاصله صادرات و واردات منسوجات قزاقستان و بزرگ شدن تراز تجاری منفی این محصولات شده است. اندازه بازار در این کشور در حدود ۱ میلیارد دلار می‌باشد که حجم وسیعی از این مقدار از طریق واردات تامین می‌شود. میزان تولید داخلی منسوجات در سال ۲۰۱۳ معادل ۰/۴ میلیارد دلار بوده است. مجموع واردات قزاقستان در سال ۲۰۱۴، در این گروه تقریباً ۷۰۰ میلیون دلار می‌باشد.

۱-۳-۴-۲- بازار پوشاک

در مجموع ۴۹۶ بنگاه تولید کننده پوشاک در قزاقستان فعال بوده‌اند که ۹۶ درصد آن را کارگاه‌های کوچک تشکیل می‌دهند. این صنعت شامل تولید و ساخت لباس رو، لباس زیر، پوشاک نوزادان و کودکان، عمل آوردن و رنگ کردن پوست خردار و ساخت انواع کالاها از پوست خردار است. طبق برآوردهای تحقیق، مردم قزاقستان در سال ۲۰۱۳ نزدیک به ۸۷۰ میلیون دلار انواع پوشاک مصرف کرده‌اند که از این رقم کمی بیش از ۷۰۰ میلیون دلار آن از طریق واردات تامین شده است. با توجه به کاهش تعرفه وارداتی کشور چین در سال‌های اخیر روند واردات پوشاک از این کشور شتاب گرفته است. به طوری که واردات از ۲۳۸/۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ به ۷۵۰/۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است.

۱-۳-۴-۳- بازار چرم و محصولات چرمی

با توجه به وسعت فعالیت‌های دامداری در قزاقستان، این کشور در تولید انواع پوست و چرم مزیت دارد. در حال حاضر ۸۴ بنگاه شامل ۱ بنگاه بزرگ، ۷ بنگاه متوسط و ۷۶ بنگاه کوچک در صنعت چرم قزاقستان فعال هستند. با این حال، کم‌تر از ۳ درصد پشم و پوست تولید شده در کشور، پرداخت می‌شود و ۹۷ درصد آن به صورت خام به خارج به ویژه به چین صادر می‌شود. در مجموع، در سال ۲۰۱۳، ارزش تولید چرم و کفش قزاقستان ۲۹ میلیون دلار برآورد می‌شود. این در حالی است که ارزش واردات چرم و کفش این کشور ۶۵۷ میلیون دلار بوده است.

۱-۳-۴-۴- بازار چوب و محصولات چوبی

با وجود این که کشور قزاقستان نهمین کشور وسیع دنیا به شمار می‌رود، تنها ۱/۲ از مساحت آن معادل ۳۳ هزار کیلومتر مربع، از جنگل پوشیده شده است. از این رو، این کشور در تولید چوب با محدودیت مواجه است و تولید این کشور پاسخگوی مصرف داخلی نیست. بر اساس برآوردهای این تحقیق در سال

۲۰۱۳، اندازه بازار محصولات چوبی قزاقستان ۵۸۲ میلیون دلار بوده است که تولید داخلی تنها ۱۴ درصد این مقدار معادل ۸۴ میلیون دلار را پاسخ داده است. در نتیجه نزدیک به ۵۰۰ میلیون دلار از نیاز بازار از طریق واردات تأمین شده است. اگرچه بازار صنایع چوبی طیف گسترده‌ای از محصولات را در بر می‌گیرد، محصولات چوبی مرتبط با صنعت ساختمان اعم از الوار و نئوپان، تخته فیبر، درب و پنجره، چهارچوب، قاب، کفپوش، نرده و غیره، سهم بسیار بالایی از تقاضای چوب را تشکیل می‌دهند. بنابراین تحولات این بازار تا حدود زیادی متأثر از تحولات بازار مسکن و دوره‌های رکود و رونق بخش ساختمان است. با توجه به نوسانات شاخص مسکن در سال‌های پس از ۲۰۱۴، که عمدتاً نتیجه رکود اقتصادی اخیر به دنبال کاهش قیمت نفت بوده است به نظر می‌رسد نوسان در بازار محصولات چوبی کماکان تداوم داشته باشد.

۵-۴-۱- بازار محصولات کاغذی و مقوایی

تقاضا برای محصولات کاغذی و مقوایی از تقاضا برای صنایع وابسته همانند صنایع بسته‌بندی، صنایع بهداشتی، صنعت ساختمان و غیره، تأثیر می‌پذیرد. بر اساس برآوردهای این تحقیق اندازه بازار محصولات کاغذی قزاقستان در سال ۲۰۱۳ معادل ۸۳۶ میلیون دلار بوده است. نزدیک به سه چهارم نیاز این بازار در حال رشد از طریق واردات برآورده می‌شود و تولید داخلی تنها بخش کوچکی از تقاضای بازار را پوشش می‌دهد. تقاضا برای محصولات سلولزی بهداشتی، کاغذ دیواری و کارتن بسته بندی، بخش قابل توجهی از تقاضای واردات محصولات کاغذی را به خود اختصاص داده‌اند. در مجموع کشور روسیه با ۱۰۳ میلیون دلار صادرات، بیش‌ترین صادرات را در بین اقلام بالا به قزاقستان داشته است.

۶-۴-۱- بازار محصولات شیمیایی

ذخایر بزرگ و متنوع مواد معدنی، وجود بازار داخلی در حال رشد و بازار کشورهای متقاضی مواد شیمیایی، زمینه‌های لازم برای توسعه صنایع شیمیایی در قزاقستان را ایجاد کرده است. با این وجود قزاقستان در زمینه کود، مواد پلاستیکی اولیه، انواع رنگ و صابون و فرآورده‌های آرایشی واردات قابل توجهی دارد. ضمن این که این کشور، دارای یکی از بالاترین نرخ‌های سرانه مصرف مواد دارویی در میان کشورهای شوروی سابق است. بررسی‌ها بر روی اندازه بازار محصولات شیمیایی قزاقستان نشان می‌دهد که کل اندازه بازار صنایع شیمیایی در سال ۲۰۱۳ معادل ۶/۳ میلیارد دلار بوده است که ۵ میلیارد دلار آن از طریق واردات تأمین شده است. تولید داخلی قزاقستان در این سال به مقدار ۲/۴ میلیارد دلار رسیده است و ۷۲۰ میلیون دلار آن صادر شده است.

۷-۴-۱- بازار محصولات پلاستیکی و کائوچویی

محصولات پلاستیکی از پرکاربردترین محصولات جهان به شمار می‌روند. صنایع بسته‌بندی، صنایع غذایی،



صنعت خودرو و قطعات آن، لوازم خانگی، صنعت ساختمان، صنایع آبیاری و کشاورزی، صنایع پزشکی و غیره از جمله صنایعی هستند که بیش‌ترین مصرف محصولات پلاستیکی را دارند. کاربرد اصلی لاستیک نیز در صنعت خودرو، صنایع راه‌سازی، صنعت ساختمان و صنایع پزشکی است. تولید محصولات پلاستیکی و کائوچویی قزاقستان در یک دهه اخیر روندی رو به رشد داشته است و از ۲۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۵ به ۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳ رسیده است. طبق برآوردهای این تحقیق، اندازه بازار مصرف این محصولات در قزاقستان به استثنای سال ۲۰۰۹ همواره روبه رشد بوده و در سال ۲۰۱۳ به ۲/۵ میلیارد دلار رسیده است. حدود ۱/۶ میلیارد دلار از این تقاضا در سال ۲۰۱۳ از طریق واردات تأمین شده است. البته این واردات در سال ۲۰۱۴ با کاهش ۲۰۰ میلیون دلاری به ۱/۴ میلیارد دلار رسیده است.

۸-۴-۱- بازار محصولات معدنی غیرفلزی

طبق برآوردهای این تحقیق اندازه بازار محصولات معدنی غیرفلزی شامل محصولات شیشه‌ای، کالاهای سرامیکی غیرساختمانی غیرنسوز، محصولات سرامیکی نسوز، سیمان، آهک و گچ به ۴/۲ میلیارد دلار می‌رسد که از این رقم ۳ میلیارد دلار آن از طریق تولید داخلی و ۱/۲ میلیارد دلار از طریق واردات تأمین می‌شود.

۹-۴-۱- بازار فلزات اساسی

قزاقستان دارای منابع معدنی فراوانی از جمله فلزات آهنی و غیرآهنی و همچنین فلزات قیمتی همچون طلا، نقره و غیره است. دستمزدهای پایین در صنعت متالوژی، دسترسی به منابع انرژی ارزان و هزینه‌های کم استهلاک تولیدکنندگان قزاق را از قدرت رقابتی بالایی نسبت به رقبای بین‌المللی برخوردار کرده است. طبق برآوردهای تحقیق، حجم بازار مصرفی فلزات اساسی قزاقستان بیش از ۱۲ میلیارد دلار است. بنابراین بازار فلزات اساسی با تولید بیش از ۱۶ میلیارد دلار با مازاد تولید مواجه است و در نتیجه قزاقستان همواره طی سال‌های اخیر با تراز تجاری مثبت روبه‌رو بوده است.

۱۰-۴-۱- بازار محصولات فلزی ساخته شده به جز ماشین‌آلات و تجهیزات

این گروه محصولات متنوعی چون محصولات فلزی سازه‌ای، تانک، مخزن، مولدهای بخار، تجهیزات چکش‌کاری، پرس‌کاری، قالب‌زنی، پتک‌کاری غلتکی فلزات، متالورژی پودر، عمل‌آوری و روکش کردن فلزات، آلات برنده، ابزار دستی و یراق‌آلات عمومی را در برمی‌گیرد. ارزش بازار محصولات این گروه در سال ۲۰۱۳ به ۳ میلیارد دلار رسیده است. که از این رقم ۱ میلیارد دلار آن از طریق تولید داخلی و ۲ میلیارد دلار از طریق واردات تأمین شده است. مصنوعات از آهن یا از فولاد، اسکلت فلزی و اجزا و قطعات آن از چدن، آهن یا از فولاد و ساختمان‌های پیش‌ساخته مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در این گروه

راتشکیل می‌دهند.

۱۱-۴-۱- بازار ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر

این گروه گستره وسیعی از ماشین‌آلات شامل موتورها و توربین‌ها، ماشین‌آلات کشاورزی، متالورژی، معدن و استخراج، ساختمان و سایر ماشین‌آلات با کاربرد عام و خاص، انواع یخچال و فریزر و لباسشویی و سایر وسایل خانگی را در بر می‌گیرد. تحقیقات انجام شده در سال ۲۰۱۳ نشان می‌دهد که تقریباً ۸۰ درصد از ماشین‌آلات مورد استفاده بخش کشاورزی قزاقستان، فرسوده شده‌اند و نیاز به تعویض دارند. در بخش معدن نیز، قدمت بسیاری از تکنولوژی‌ها به دوران شوروی سابق باز می‌گردد. از این رو، قزاقستان بازاری جذاب برای تامین کنندگان تجهیزات و ماشین‌آلات کشاورزی و استخراج است. طبق برآوردهای این تحقیق، اندازه بازار ماشین‌آلات قزاقستان در سال ۲۰۱۳ معادل ۹ میلیارد دلار بوده است. اگرچه تولید داخلی از سال ۲۰۰۷ به بعد با شیب نسبتاً زیادی رو به افزایش گذاشته است اما هنوز هم در حدود ۲/۹ میلیارد دلار یعنی کم‌تر از یک سوم نیاز بازار را تأمین می‌کند. واردات این کشور در سال ۲۰۱۴ به ۶/۳ میلیارد دلار رسیده است.

۱۲-۴-۱- بازار ماشین‌آلات اداری، وسایل ارتباطی، ابزار پزشکی و ابزار دقیق

طبق برآوردهای این تحقیق در سال ۲۰۱۳ ارزش بازار این گروه از ماشین‌آلات در قزاقستان معادل ۴/۱ میلیارد دلار بوده است. واردات ماشین‌آلات اداری، وسایل ارتباطی و تجهیزات پزشکی در سال ۲۰۱۴ به ۳/۶ میلیارد دلار رسیده است. در بخش تجهیزات پزشکی، تولیدکنندگان محدودی فعالیت دارند که در مقیاس کوچک فعالیت می‌کنند و میزان تولید ناچیز است. از این رو این کشور در بخش تجهیزات بیمارستانی و پزشکی به شدت به واردات وابسته است. یکی از مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان تلفن برای شبکه رادیو تلفنی یا سایر شبکه‌های بیسیم است که به ارزش تقریبی ۵۹۲ میلیون دلار عمدتاً از کشورهای چین و ویتنام وارد شده است.

۱۳-۴-۱- بازار ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر

طبق برآوردهای این تحقیق اندازه بازار ماشین‌آلات و وسایل برقی، تجهیزات روشنایی و تجهیزات الکتریکی معادل ۲/۳ میلیارد دلار است. این بازار روند رو به رشدی را طی ۱۵ سال اخیر سپری کرده است. در واکنش به رشد تقاضا، تولید داخلی نیز با شیب ملایمی افزایش پیدا کرده است. به طوری که در سال ۲۰۱۳ حجم تولید داخلی محصولات مذکور به ۵۰۰ میلیون دلار رسیده است. با این حال این مقدار از تولید پاسخ‌گوی نیاز بازار نیست و با کسر صادرات، محصولات داخلی تنها ۱۶ درصد تقاضای بازار را تأمین می‌کند. ارزش واردات این گروه در سال ۲۰۱۴ به ۱/۹ میلیارد دلار رسیده است.



۱۴-۴-۱- بازار وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم تریلر

تقریباً نیمی از ناوگان حمل و نقل قزاقستان را ماشین‌هایی با عمر بیش از ۲۰ سال تشکیل می‌دهند. ضمن این ناکافی بودن تولید داخلی این دسته از وسایل نقلیه موتوری نسبت به تقاضای موجود باعث شده است که این بازار به شدت به واردات وابسته شود. ارزش واردات قزاقستان در سال ۲۰۱۴ تقریباً معادل ۴ میلیارد دلار بوده است. بیش‌ترین حجم واردات قزاقستان را اتومبیل‌های سواری با حجم سیلندر ۱۵۰۰ تا ۳۰۰۰ سی‌سی تشکیل می‌دهد. ارزش واردات این محصولات در سال ۲۰۱۴ معادل ۱/۶ میلیارد دلار بوده است. کشورهای روسیه، ژاپن و کره مهم‌ترین صادرکنندگان این محصولات به قزاقستان هستند.

۱۵-۴-۱- بازار تجهیزات جابه‌جایی طبقه بندی نشده در جای دیگر

کشتی، انواع قایق تفریحی و ورزشی، لوکوموتیوها و ترن‌های خط آهن، وسایل نقلیه هوایی و فضایی، موتورسیکلت، انواع دوچرخه و صندلی چرخدار و سایر تجهیزات جابجایی از جمله فرکان، گاری و غیره در این دسته جای می‌گیرند. در سال ۲۰۱۳ اندازه بازار مصرف ۳/۲ میلیارد دلار برآورد شده است. حدود ۵۷ درصد از تقاضای داخلی این تجهیزات از طریق واردات پاسخ داده شده است.

۱۶-۴-۱- بازار مبلمان و مصنوعات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر

طبق برآوردهای این تحقیق، اندازه بازار قزاقستان برای مبلمان و مصنوعات از قبیل جواهرات، آلات موسیقی، کالاهای ورزشی و سایر اقلام از این دست نزدیک به ۱/۲ میلیارد دلار است. تنها کم‌تر از یک چهارم تقاضای داخلی مبلمان از طریق تولید داخلی تأمین می‌شود. ضمن این که تولیدات داخلی از کیفیت بالایی برخوردار نیستند و اغلب تولیدکنندگان این صنعت تولیدکنندگان کوچک و متوسط هستند. ارزش واردات این کشور در سال ۲۰۱۴ به ۸۳۵ میلیون دلار رسیده است. مهم‌ترین اقلامی که قزاقستان در این گروه وارد می‌کند عبارتند از: مبلمان، سرویس خواب، جواهرات، صندلی با چارچوب چوبی و روکش مبل، وسایل تزئینی، مبلمان فلزی و مبلمان اداری. کشور روسیه از جمله صادرکنندگان مهم اقلام بالا به قزاقستان است.

۱۷-۴-۱- معدن و صنایع معدنی

یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های کشور قزاقستان، استخراج و تولید محصولات معدنی است. قزاقستان این مزیت را به پشتوانه دسترسی به منابع بزرگ و در عین حال متنوع معدنی خود به‌دست آورده است. در مجموع حدود ۲۶ درصد از تولید ناخالص داخلی و نزدیک به ۷۰ درصد صادرات این کشور را محصولات معدنی تشکیل می‌دهد. علاوه بر نفت و گاز، این کشور از ذخایر قابل توجه کروم، اورانیوم، نقره، طلا، روی، سرب و مس برخوردار است. وجود چنین ظرفیت‌های معدنی متنوع و بزرگی، بخش معدن قزاقستان را به

یکی از بخش‌های جذاب برای سرمایه‌گذاران خارجی تبدیل کرده است.

۱۸-۴-۱- نفت و گاز

قزاقستان دارای ذخایر نفتی اثبات شده قابل توجهی است. این ذخایر عمدتاً در غرب این کشور و در مجاورت با دریای خزر قرار دارند. بر اساس پیش‌بینی‌ها این کشور می‌تواند بیش از ۳۰ سال نفت را به‌طور مداوم استخراج کند. ذخایر نفتی تخمین زده شده در قزاقستان ۳۰ میلیارد بشکه (۳/۹ میلیارد تن) است که حدود ۱/۸ درصد از ذخایر جهانی را شامل می‌شود.

ذخایر اثبات شده گاز طبیعی قزاقستان نیز ۱/۳ تریلیون متر مکعب است که در غرب کشور و در میادین نفتی و میادین نفتی-گازی واقع شده است و یا به صورت میعانات گازی استخراج می‌شود. براساس تخمین‌ها این ذخایر برای ۷۵ سال آینده دوام خواهد داشت.

علی‌رغم دسترسی قزاقستان به منابع فراوان نفت و گاز که ماده خام صنایع پتروشیمی هستند، این صنعت از توسعه کافی برخوردار نبوده و در نتیجه صنایع این بخش از توفیق چندانی در تولید محصولات متنوع برخوردار نبوده‌اند به گونه‌ای که بخش مهمی از مواد پتروشیمی مورد استفاده از طریق واردات تأمین می‌شوند. فرآورده‌های تولید شده نیز عمدتاً تولیدات جانبی فرآیند تصفیه نفت هستند و از محصولات ساده پتروشیمی به شمار می‌روند.

۵-۱- واقعیت‌های تجارت با قزاقستان

۱-۵-۱- نگرش نسبت به کالاهای ایرانی

حضور کم‌رنگ کالاهای ایرانی در بین هزاران کالا و برند خارجی که از دروازه‌های آزاد قزاقستان به داخل این کشور سرازیر می‌شوند، موجب شده است که مردم قزاقستان، شناخت زیادی نسبت به کالاهای ایرانی نداشته باشند. با این حال بنا به نظر برخی صادرکنندگان کشور، به رغم آشنایی کم مصرف‌کنندگان قزاقستان با محصولات ایرانی، نگرش بازار قزاقستان به کالاهای ایرانی موجود در این کشور مثبت است و مصرف‌کنندگان در بسیاری موارد، کالای ایرانی را به نمونه‌های مشابه چینی که عموماً از کیفیت پایین‌تری برخوردار بوده و متناسب با نیازهای طبقات کم‌درآمد روانه بازار شده است، ترجیح می‌دهند.

۲-۵-۱- خصوصیات فرهنگی و نگرش نسبت به ایرانیان

در مجموع و در مقایسه با اتباع دیگر کشورهای آسیایی، رابطه قزاقستانی‌ها با ایرانی‌ها دوستانه‌تر است. وجود اشتراکات و پیوندهای تاریخی، فرهنگی بین ایران و قزاقستان نیز زمینه مناسبی برای گسترش مناسبات تجاری دو کشور فراهم کرده است. مردم قزاقستان معمولاً با همه ملیت‌ها در صورتی که برای



آن‌ها مفید باشد وارد تجارت می‌شوند. آن‌ها نسبت به زبان خود تعصب دارند و تمایل دارند در مذاکرات به جای زبان روسی به زبان قزاقی گفتگو کنند.

به طور کلی قزاقستانی‌ها ترجیح می‌دهند در مذاکرات خود صریح و بدون تعارف درباره مسائل صحبت کنند. آن‌ها نسبت به همسایگان جنوبی خود برخورد سرد و خشک‌تری دارند که این مسأله در مناطق شمالی قزاقستان شدت بیشتری دارد. با این وجود ملاقات‌های کاری اغلب با برخوردی محترمانه، حرفه‌ای و توأم با صمیمیت همراه است.

قزاقستانی‌ها مردمانی مهمان‌نوازند. مهمانی‌ها در فرهنگ مردم قزاقستان مناسبت‌های اجتماعی تلقی می‌شوند که نباید با عجله برگزار شود. در صورت دعوت شدن به منزل یک قزاقستانی باید به خاطر داشت که هدیه بردن در مهمانی‌ها بسیار مرسوم است. این هدیه می‌تواند هر چیزی اعم از انواع کیک، شیرینی یا خشکبار باشد.

۳-۵-۱- قدرت خرید مناطق مختلف

با توجه به تأثیر مستقیم درآمد و قدرت خرید بر رفتار مصرفی افراد، طبیعی است که الگوی مصرف در مناطق مختلف این کشور متفاوت باشد. در عمل، در مناطق نفت‌خیز، افراد سطح درآمد و به تبع آن مصرف بالاتری دارند. در مناطق صنعتی درآمد افراد در سطح متوسط است و در مناطق جنوبی که بیش‌تر در کشاورزی تخصص یافته‌اند، افراد از سطح درآمد پایین‌تری برخوردارند.

۴-۵-۱- راهبردهای ورود به بازار قزاقستان

از دیدگاه صادرکنندگان، استفاده از توزیع‌کنندگان داخلی اولین و راحت‌ترین گام برای ورود به بازار قزاقستان است. توزیع‌کنندگان داخلی معمولاً توانایی ترخیص کالا از گمرک، معامله با عمده‌فروشان و خرده‌فروشان و همچنین بازاریابی مستقیم و فروش محصولات به دولت را دارند. در قزاقستان شرکت‌های پخش معتبری وجود دارند که در نقاط مختلف این کشور دفاتر نمایندگی و نیروهای بازاریاب دارند. این شرکت‌ها عموماً در زمینه پخش مواد غذایی، نوشیدنی‌ها، مواد بهداشتی، محصولات ساختمانی فعالیت دارند. اگر با افزودن سود ۱۰ تا ۱۵ درصدی این شرکت‌ها به قیمت، کالا همچنان از لحاظ قیمتی قابل رقابت باشد، می‌توان از این شرکت‌ها برای توزیع کالا استفاده کرد. در غیر این صورت لازم است کالا را بدون واسطه و با قیمت کم‌تری به بازار عرضه کرد.

۵-۵-۱- قیمت‌گذاری

در قیمت‌گذاری کالاها باید به چند نکته مهم توجه نمود. نخست این که در تعیین قیمت کالاها، علاوه بر هزینه‌های مرسوم همچون هزینه‌های حمل و نقل و انواع هزینه‌های گمرکی، باید ۲۵ درصد مالیات بر

ارزش افزوده را در نظر گرفت. دوم این که متناسب با روش مورد نظر برای توزیع کالا در بازار باید هزینه شبکه توزیع را در قیمت لحاظ کرد. سوم این که در شرایط موجود در بازار قزاقستان، کالاهای ایرانی نسبت به کالاهای صادر شده از برخی کشورهای دیگر، قیمت تمام شده بالاتری خواهد داشت. یک دلیل این امر آن است که روسیه و سایر کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا برای صادرات به قزاقستان، عوارض گمرکی نمی‌پردازند و همین مساله قدرت رقابت کالای ایرانی را کم می‌کند. چهارم این که قزاقستان بعد از پیوستن به سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۱۵، برای تطبیق دادن قوانین تجاری خود با استانداردهای سازمان تجارت جهانی پنج سال فرصت دارد. از این رو انتظار می‌رود به تدریج تعرفه واردات برخی کالاها که پیش از این افزایش یافته بود کاهش یابد. هم اکنون نیز با توجه به نتایج مذاکرات سازمان تجارت جهانی، قزاقستان تعرفه‌های وارداتی را برای بیش از ۳ هزار کالا آزاد کرده است و انتظار می‌رود تعرفه محصولات کشاورزی به طور چشم‌گیری از ۱۶/۷ درصد به ۷/۶ درصد کاهش یابد. نکته پنجم به آزاد شدن نرخ ارز در این کشور مربوط می‌شود. آزاد شدن نرخ ارز در قزاقستان با تضعیف پول ملی همراه بوده و در مجموع باعث شده کالاهای وارداتی نسبت به قبل گران‌تر شود.

۶-۵-۱- نام تجاری و تبلیغات

رنگ پرچم قزاقستان (آبی، زرد یا طلایی) رنگ مورد علاقه قزاقستانی‌ها و پرنده مورد علاقه آن‌ها عقاب است. ورزش مورد علاقه مردم قزاقستان بوکس و اسب‌سواری است. به علاوه مردم این کشور از موسیقی‌هایی با ریتم تند لذت می‌برند. بنابراین استفاده از چنین عناصری در یک تیزر تبلیغاتی می‌تواند جذابیت بیشتری برای مخاطبان ایجاد کند. در پیام‌های تبلیغاتی بهتر است از دو زبان روسی و قزاقی استفاده شود. تبلیغات الکل، شیر خشک، محصولات دارویی، خدمات پزشکی و کالاهایی که در داخل کشور تایید نشده است ممنوع است. تبلیغ تنباکو نیز تنها بصورت چاپی مجاز است.

در مبحث بازاریابی بی‌توجهی به مقوله برندسازی سبب کاهش صادرات کالاهای مرغوب و قابل رقابت کشور شده است. که بیم آن می‌رود با سودجویی برخی صادرکنندگان کشورهای همسایه، موجبات بدنامی کالاهای ایرانی را در بازار قزاقستان فراهم آورد.

۷-۵-۱- مجوز، بسته‌بندی و برچسب گذاری

بازار قزاقستان بازاری آزاد است و همین امر موجب شده تا از یک سو برندهای خارجی زیادی در این بازار حضور یابند و از سوی دیگر سلاقی مصرف‌کنندگان به سمت بسته‌بندی‌های مناسب متمایل شود. نوع بسته‌بندی با توجه به ماهیت کالاها متفاوت است. اما مردم قزاقستان بیش‌تر ترجیح می‌دهند کالاهایی را خریداری کنند که دارای بسته‌بندی شفاف بوده و محتویات آن از روی بسته‌بندی تا حدی قابل تشخیص



باشد.

لازم است کالاها به دو زبان قزاقی و روسی برچسب‌گذاری شده و یک برچسب به زبان قزاقی در قسمت بالای بسته‌بندی نصب شود. برچسب‌ها باید جزئیاتی شامل نام کالاها، کشور مبدأ، تولیدکننده و برای مواد غذایی تاریخ تولید و انقضاء، دستورالعمل نگهداری و ذخیره‌سازی و اطلاعات ارزش غذایی را در برگیرند.

۸-۵-۱- سیستم بانکی و انتقال پول

بانک‌های قزاقستان روابط خوبی با بانک‌های اروپایی و بانک‌های ایالات متحده آمریکا دارند. نقل و انتقال پول بین این بانک‌ها به راحتی انجام می‌شود. متأسفانه ارتباط بانکی از این طریق بین ایران و قزاقستان هنوز ایجاد نشده است. مشکل تحریم بانک‌ها به طور کامل رفع نشده است اما تلاش دولت‌های ایران و قزاقستان این است که موانع ارتباط بین بانک‌ها هر چه سریع‌تر برداشته شود. بنابراین در حال حاضر برای انتقال پول نیاز به وجود واسطه‌ای است که این واسطه می‌تواند بانکی در یک کشور ثالث باشد. وجود صرافی‌ها در قزاقستان نیز موجب سهولت در انجام مبادلات ارزی شده است.

۹-۵-۱- سیستم حمل و نقل

حمل کالا از کشور به مقصد قزاقستان از چهار طریق صورت می‌گیرد: خطوط ریلی، خطوط جاده‌ای، مسیر دریایی و مسیر هوایی. شیوه ارسال کالا بسته به نوع کالا، وزن، ارزش، درجه فساد پذیری، مبدأ و مقصد بارگیری می‌تواند متفاوت باشد.

با توجه به گستردگی قزاقستان و فاصله زیاد بین شهرها حمل و نقل ریلی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همچنین شرایط خاص آب و هوایی قزاقستان و سرمای طاقت‌فرسای آن با فرسایش شدید مسیرهای جاده‌ای باعث شده است که هزینه تعمیر و نگهداری خطوط ریلی به مراتب کم‌تر از خطوط جاده‌ای باشد. حمل بار از ایران به قزاقستان از دو مسیر ریلی سرخس تا شیمکنت (جنوب قزاقستان) و گرگان تا جنوب غربی قزاقستان صورت می‌گیرد. حمل هوایی در قزاقستان ارزان نیست از این رو حمل بسیاری از کالاها همانند مواد خام با هواپیما ممکن است به صرفه نباشد.

۱۰-۵-۱- رقبا در بازار قزاقستان

بیش‌ترین واردات قزاقستان از دو کشور همسایه روسیه و چین است. تجارت بین پنج کشور عضو اتحادیه گمرکی اوراسیا یعنی روسیه، قزاقستان، بلاروس، ارمنستان و قرقیزستان آزاد است و همین امر موجب شده تا کالاهای وارداتی از همسایگان عضو اتحادیه بدون تعرفه گمرکی وارد بازار قزاقستان شوند و این مساله رقابت قیمتی برای سایر کشورها را با مشکل مواجه خواهد کرد. البته اقتصاد باز قزاقستان باعث شده است که در کنار محصولات کشورهای عضو اتحادیه و محصولات چینی، برندهای اروپایی نیز به وفور در بازار

این کشور حضور داشته باشند.

۱۱-۵-۱- فساد اداری

قزاقستان در شاخص سالانه ادراک فساد رتبه ۱۲۳ را در بین ۱۶۸ کشور جهان به خود اختصاص داده و در گروه کشورهای با وضعیت نه چندان رضایت بخش از نظر فساد قرار دارد. در عین حال و در مقام مقایسه با سایر کشورهای آسیای مرکزی، این کشور در کنار قرقیزستان بهترین وضعیت را دارد. با توجه به رواج فساد و پرداخت‌های غیرقانونی، دولت قزاقستان در تلاش است با ایجاد قوانین و تغییر شرایط، فساد اداری را تا حد امکان کاهش دهد. در همین راستا قانون کیفری جدیدی از ژانویه ۲۰۱۵ در قزاقستان به اجرا گذاشته شده که بر اساس آن مجازات فساد تشدید شده است. اجرای این قوانین از شدت فساد نسبت به گذشته کاسته است. اما در برخی موارد همچنان پرداخت‌های غیرقانونی رواج دارد. درخواست رشوه در گمرک نسبتاً رایج است و در صورتی که این خواسته غیرقانونی برخی کارکنان نادیده گرفته شود، احتمال ایجاد وقفه در کار تاجران و نگر داشتن بار در گمرک وجود دارد. هر چند امکان بازخواست افراد متخلف و پیگرد قانونی از طریق محاکم قضایی وجود داد اما انجام این کار موجب نگهداری محموله به مدت طولانی‌تری در گمرک می‌شود.

۱۲-۵-۱- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در قزاقستان

زمینه سرمایه‌گذاری در قزاقستان به ویژه در بخش کشاورزی به طور قابل قبولی فراهم شده است. قزاقستان با مساحت ۲۷۰۰ کیلومترمربع و زمین فراوان در تولید محصولات کشاورزی مزیت نسبی دارد. با توجه به مشکلات مربوط به کمبود آب و در نظر داشتن این نکته که تولید هر کیلو گندم بین ۸۰۰ تا ۱۰۰۰ لیتر مصرف می‌شود کشاورزان ایرانی می‌توانند با کشت فراسرزمینی هم از تولید محصول کشاورزی خود سود برده و هم در زمینه مصرف آب صرفه جویی کنند. در بخش دام‌داری هزینه نگهداری دام در قزاقستان نسبت به ایران به مراتب کم‌تر است و سرمایه‌گذاری در این بخش می‌تواند ارزش افزوده زیادی برای سرمایه‌گذار ایجاد کند. در قزاقستان دام‌داری صنعتی با تعداد دام بالاتر از هزار رأس به ندرت یافت می‌شود.

همانند پرورش دام، محصولات گلخانه‌ای ایران هم پتانسیل پر رنگ‌تر شدن در منطقه را دارد. با توجه به این که کشور ایران نیز در این زمینه از دانش و پتانسیل کافی برخوردار است راه اندازی گلخانه‌ها نیز از دیگر بخش‌های مناسب سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود.

۱۳-۵-۱- فرصت‌های تجاری در قزاقستان

یکی از مهم‌ترین فرصت‌ها استفاده از مزیت نسبی تولید گندم در قزاقستان است. قزاقستان با توجه به



منابع آبی مناسب و هزینه‌های تولید پایین‌تر، در تولید گندم و سایر غلات مزیت دارد. برخلاف غلات، تولید انواع میوه‌ها همانند انگور تازه، هلو و شلیل، انواع صیفی‌جات و سبزیجات همانند گوجه‌فرنگی، انواع کلم، خیار، پیاز، موسیر و فلفل در قزاقستان کافی نبوده و این کشور وارد کننده این محصولات خوراکی است. در میان سایر محصولات کشاورزی، گل رز واردات قابل توجهی دارد. تقاضای این نوع گل در مناسبت‌هایی همچون روز زن، ولنتاین و جشن‌های سال نو به شدت افزایش می‌یابد و این نیاز عمدتاً از طریق واردات تأمین می‌شود.

بازار دارو نیز در قزاقستان به عنوان یک بازار بزرگ، فرصت‌های تجاری قابل توجهی را پیش روی بازرگانان قرار داده است. هر چند در این بازار کشورهای آلمان، فرانسه، هند و روسیه و سایر کشورهای پیشرفته اروپایی حضور پر رنگی دارند اما تمرکز پایین این بازار از امکان حضور سایر کشورها حکایت دارد.

در بسیاری از مناطق قزاقستان به ویژه در جنوب این کشور کشاورزی رواج دارد. قزاقستان در این بخش واردکننده انواع علف‌کش، کود و ماشین‌آلات کشاورزی است. بازار انواع علف‌کش‌ها در این کشور در زمره بازارهای رقابتی بوده و ورود به آن به نسبت ساده می‌باشد. با توجه به صادرات ۸۰۰ میلیون دلاری انواع کود از ایران، کشور ما می‌تواند به یکی از صادرکنندگان کود به قزاقستان تبدیل شود.

فرسودگی ماشین‌آلات در بخش کشاورزی قزاقستان و تولید داخلی ناچیز آن‌ها، فرصت‌های تجاری مناسبی برای صادرات انواع ماشین‌آلات همانند کمباین و تراکتور، ماشین‌بذرپاش پنوماتیک، ماشین‌درو، سم‌پاش، تکنولوژی‌های مرتبط با خشک و تمیز کردن غلات، تجهیزات ذخیره‌سازی غلات و سیستم‌های کنترل کیفیت ذخیره‌سازی، تکنولوژی‌های صرفه‌جویی در آب، خدمات طراحی و مهندسی برای مجتمع‌های خوراک دام و امکانات فرآوری در مزرعه را پیش روی فعالان اقتصادی قرار می‌دهد.

فرسودگی تکنولوژی‌های مورد استفاده در بخش معدن نیز قزاقستان را به بازاری جذاب برای تأمین‌کنندگان تجهیزات و ماشین‌آلات استخراج تبدیل کرده است. بولدوزر، تجهیزات حفاری، ماشین‌های حفاری چاه، جرثقیل، ماشین‌آلات خرد کردن و پودرساز، ماشین‌آلات لایروبی، بیل هیدرولیکی، ماشین‌آلات و تجهیزات استخراج سنگ معدن، آسانسور، کمپرسور، آسیاب و غیره مهم‌ترین ماشین‌آلات مورد نیاز در بخش معدن این کشور است.

در یک دهه اخیر، با بهبود وضعیت اقتصاد قزاقستان و رشد ساخت‌وساز و بازسازی مسکن، تقاضا برای تجهیزات و مصالح ساختمانی همچون انواع کاغذهای دیواری، انواع رنگ و کالاهای مشابه، نئوپان و کفپوش چوبی افزایش یافت و واردات این محصولات شدت گرفت. اما رکود اقتصادی سال‌های اخیر، تأثیری منفی بر بازار مسکن و به تبع آن تقاضای این محصولات گذاشته است. انتظار می‌رود با خروج بخش ساخت و

ساز از رکود، واردات انواع مواد و مصالح ساختمانی مجدداً افزایش یابد.

در بازار پوشاک، با توجه به جمعیت جوان قزاقستان و گرایش این گروه به داشتن ظاهر مناسب و پوشاک مد روز، پیش‌بینی می‌شود واردات انواع لباس کماکان رشد داشته باشد. با توجه به تولید اندک کفش در قزاقستان، تقریباً تمام نیاز این کشور از طریق واردات تأمین می‌شود. از این رو بازار کفش یکی از فرصت‌های تجاری جذاب در قزاقستان محسوب می‌شود. تنها در سال ۲۰۱۴، قزاقستان بالغ بر ۶۰۰ میلیون دلار انواع کفش وارد کرده است.

مواد پلاستیکی اولیه، محصولات پلاستیکی و محصولات لاستیکی از جمله موادی هستند که کاربرد بسیار وسیعی دارند. در سال‌های اخیر قزاقستان در گروه مواد پلاستیکی اولیه، لاستیک مصنوعی و محصولات آن واردات قابل توجهی داشته است.

افزایش درآمد و بهبود سطح زندگی با افزایش تمایل به رعایت بهداشت و آراستگی تقاضای انواع صابون، پاک‌کننده‌ها و عطر را افزایش داده است. کسری تراز تجاری قزاقستان در این نوع کالاها قابل توجه است. در سال ۲۰۱۴ قزاقستان ۶۰۴ میلیون دلار انواع صابون، پاک‌کننده، عطر و محصولات بهداشتی وارد کرده است. علاوه بر این افزایش استانداردهای زندگی، سبک مدرن زندگی و شهرنشینی در کنار تمایل به راحتی و صرفه‌جویی در وقت، به تقاضای استفاده از پوشک‌های کامل و انواع دستمال کاغذی افزوده است.

تولید داخلی بسیار کم انواع مبلمان و سرویس خواب در قزاقستان و کیفیت پایین آن‌ها باعث شده که این کشور عمده نیاز خود را از طریق واردات تأمین کند. در این بازار نیز با توجه به توانایی تولیدکنندگان کشور در تولید محصولات منطبق با مد روز و کیفیت قابل قبول، فرصت‌های مناسبی برای گسترش بازار وجود دارد.

فصل دوم:

چشم اندازی کلان

۱-۲- مقدمه

این فصل آن چنان که از عنوان آن پیداست چشم اندازی کلان را از کشور قزاقستان به تصویر می کشد. ترسیم این چشم انداز مبتنی بر رویکردی اقتصادی بوده است و دو هدف عمده را دنبال می کند. هدف نخست درک عمیق وضعیت اقتصادی و تجارت قزاقستان و بررسی نقش عوامل مختلف بر آن است. و هدف دوم پیش بینی تحولات اقتصادی این کشور است. بدین منظور لایه های متعدد اطلاعاتی همچون موقعیت ژئوپلیتیک، جمعیت، روابط سیاسی، روابط بین الملل، ساختار اقتصاد و طرح های توسعه آینده دولت تحلیل و تلاش شده است با کنار هم نهادن این لایه های اطلاعاتی مهم ترین جهت گیری های آتی اقتصاد قزاقستان شناسایی شود.

۲-۲- قزاقستان قلب آسیای مرکزی

قزاقستان با مساحتی بالغ بر ۲/۷ میلیون کیلومتر مربع بزرگ ترین کشور محصور در خشکی جهان محسوب می شود که در منطقه آسیای مرکزی قرار گرفته است. این کشور با کشورهای چین، قرقیزستان، روسیه، ترکمنستان و ازبکستان هم مرز بوده و ۱۹۰۰ کیلومتر از سواحل شمال شرقی دریای خزر را نیز در اختیار دارد. به لحاظ جغرافیایی، قزاقستان از یک سو حلقه اتصال کشورهای شرق آسیا را با اروپا برقرار می کند و از سوی دیگر مهم ترین پل ارتباطی روسیه با کشورهای جنوب آسیا محسوب می شود. از این حیث، این کشور قلب آسیای مرکزی لقب گرفته است. چرا که برای کشورهای اروپایی و روسیه، دروازه ورود به کشورهای آسیای مرکزی و جنوبی به شمار می رود و برای چین همچون گذرگاهی ارتباطی با اروپا ایفای نقش می کند.



نقشه (۲-۱): موقعیت قزاقستان در آسیای مرکزی



به لحاظ اندازه اقتصاد، قزاقستان رتبه نخست را در آسیای مرکزی در اختیار دارد. تولید ناخالص داخلی این کشور به ارزش ۱۸۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ بالغ بر ۶۲ درصد تولید آسیای مرکزی را تشکیل می‌دهد. از نظر جمعیت، این کشور با جمعیت ۱۷/۴ میلیون نفری خود بعد از ازبکستان در جایگاه دوم قرار دارد و از نظر درآمد سرانه که به نوعی نمایانگر سطح زندگی و رفاه مردم یک کشور است بهترین وضعیت را در بین کشورهای آسیای مرکزی دارد. درآمد سرانه قزاقستان در ۲۰۱۵ برابر ۱۱۵۸۰ دلار بوده است

جدول (۲-۱): اقتصاد و جمعیت کشورهای آسیای مرکزی

نام کشور	GDP (میلیارد دلار)	جمعیت (میلیون نفر)	درآمد سرانه (دلار)
قزاقستان	۱۸۴	۱۷,۴	۱۱,۵۸۰
ازبکستان	۶۶	۳۱	۲,۱۲۹
تاجیکستان	۸	۸,۵	۹۴۱
قرقیزستان	۷	۶	۱,۱۹۳
ترکمنستان	۳۷	۵,۴	۶,۹۵۱

۳-۲- اقوام، فرهنگ و جامعه قزاقستان

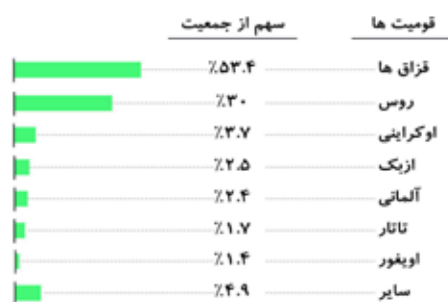
قزاقستان سرزمین تفاوت‌ها و شگفتی‌ها است. این سرزمین وسیع در طول قرن‌های گذشته محل تلاقی فرهنگ‌های بزرگ پیرامون خود بوده است. تمدن‌های فارسی، چینی، اسلاوی و اروپایی هر یک آثار خود را بر جامعه قزاق و سنت عشایری بومی آن برجای گذاشته است. در حال حاضر نیز سنت و مدرنیسم هر دو در کنار یکدیگر حضور دارند و هویت قزاقستان آمیخته‌ای از این دوگانگی و هم‌چنین آثار بر جای مانده فرهنگی از سنت‌های داخلی و تمدن‌های خارجی است. البته حکومت سوسیالیستی شوروی نیز تأثیر عمده‌ای بر قزاقستان بر جای گذاشته است که دامنه آن تنها به فرهنگ محدود نشده و زمینه‌هایی چون علم، آموزش و پرورش و اقتصاد را نیز در بر می‌گیرد. در این دوران توسعه زبان و فرهنگ ملی مردم قزاقستان با ایدئولوژی شوروی مهار شد.

اگرچه اکثریت جمعیت قزاقستان را مسلمانان تشکیل می‌دهند، تنوع قومی و مذهبی در این کشور به دلایلی چون موقعیت جغرافیایی به عنوان محل تلاقی ادیان بزرگ جهان، سیاست‌های قومیتی شوروی سابق و سکنی گزیدن برخی مهاجران اروپایی بسیار زیاد است. امروزه قزاقستان میزبان نزدیک به ۱۳۰ گروه مختلف قومی و ۱۷ گروه مذهبی است.

نمودار (۲-۲): تنوع مذهبی در قزاقستان



نمودار (۱-۲): تنوع قومی در قزاقستان



منبع: اداره آمار قزاقستان

به‌رغم تفاوت‌های زیاد، مهم‌ترین شگفتی جامعه قزاقستان تحمل بالای اقوام و مذاهب مختلف است. تحمل قومی و مذهبی در قزاقستان ریشه‌های عمیقی دارد. یکی از دلایل آن به لحاظ تاریخی این است که در این بخش از جهان اسلام، سنت صوفی‌گری پایگاه‌های قدرتمندی کسب کرده بود که این با مهمان‌نوازی چادرنشینان قزاق و فرهنگ آن‌ها مبنی بر پذیرا بودن از خارجی‌ها همراه بود.

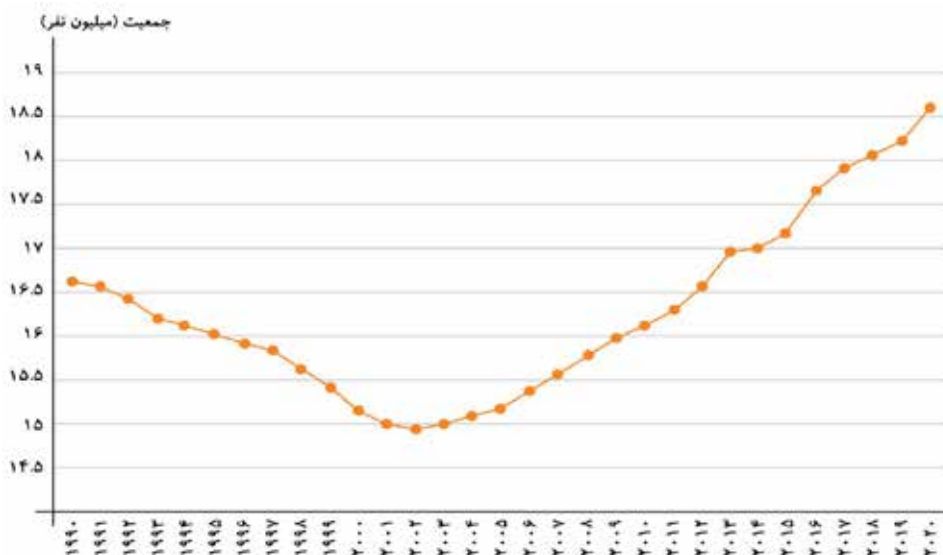


در دوران پس از فروپاشی شوروی نیز همین فرهنگ پذیرا بودن و مدارا در بسیاری جهات، به هسته اصلی مدل توسعه این کشور بدل شده است. این فرهنگ تاکنون تاثیر عمیقی بر سیاست‌های قزاقستان داشته است. سنت قدیمی پذیرا بودن از خارج، بلافاصله بعد از استقلال از سر گرفته شد و به تبع آن تجارت خارجی قزاقستان به طور پیوسته به ویژه با همسایگان بزرگ خود چین و اروپا گسترش یافت. امروزه سنت مهمان‌نوازی و دوستی قزاقستان در حفظ روابط دوستانه تقریباً با همه کشورهای جهان منعکس شده است (شورای امنیت سازمان ملل^۱، ۲۰۱۵).

۴-۲- ترکیب جمعیت، شهرنشینی و مهاجرت

جمعیت قزاقستان در فاصله سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰، به دلیل کاهش شدید نرخ زاد و ولد رو به کاهش گذاشت. این پدیده در حقیقت واکنشی به شرایط بد اقتصادی در نخستین سال‌های پس از استقلال و نااطمینانی نسبت به آینده بود. با این حال از سال ۲۰۰۱ به بعد این روند تغییر کرده است و جمعیت با نرخی با ثبات از ۱۴/۹ میلیون نفر در سال ۲۰۰۱ به ۱۷/۴ میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ افزایش یافته است. طبق پیش‌بینی سازمان ملل انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۰ جمعیت قزاقستان به ۱۸/۶ میلیون نفر افزایش یابد.

نمودار (۲-۳): تحولات جمعیتی قزاقستان



منبع: دایره جمعیت سازمان ملل^۲، ۲۰۱۵.

1. UNSC

2. United Nations Population Division

قزاقستان جامعه نسبتاً جوانی است. نزدیک به ۶۸ درصد جمعیت این کشور در سن کار قرار دارند. ۲۵ درصد افراد زیر ۱۵ سال هستند و تنها ۷ درصد جمعیت بالای ۶۵ سال سن دارند. بار تکفل سالمندان در این کشور ۱۰ درصد، بار تکفل نوجوانان ۳۸/۷ و در مجموع بار تکفل کل جامعه ۴۸/۷ درصد است. به بیان بهتر به ازای هر ۱۰۰ نفر جمعیت در سن کار که توانایی کار کردن دارند، ۴۸/۷ نفر خارج از سن کار قرار داشته و به دلیل سالخوردگی یا خردسالی قادر به کار کردن نیستند. همان طور که در نمودار زیر مشاهده می شود در مجموع به دلیل بیش تر بودن جمعیت خارج از سن کار، بار تکفل جامعه قزاقستان در مقایسه با ایران بالاتر است.

نمودار (۲-۴): مقایسه بار تکفل در ایران و قزاقستان



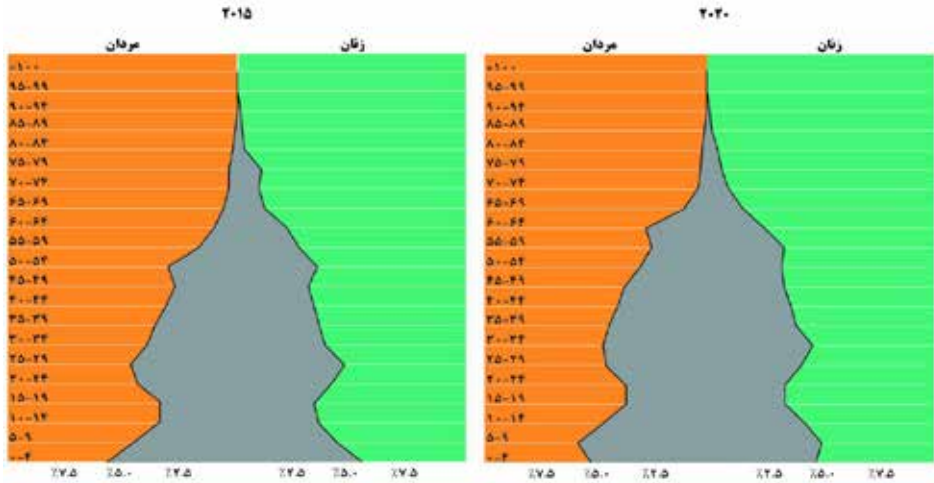
منبع: محاسبات تحقیق بر اساس اطلاعات دایره جمعیت سازمان ملل، ۲۰۱۵

تحلیل ساختار سنی جمعیت قزاقستان و تحولات آتی آن نیز می تواند برخی تغییرات مهم را در بازار کار این کشور و هم چنین بازارهای مصرفی گروه های عمده سنی توضیح دهد. با توجه به تغییرات ساختار سنی می توان پیش بینی کرد که:

- ✓ در پنج سال آینده بازار نیروی کار قزاقستان با کاهش جمعیت فعال جوان مواجه خواهد شد که این پیامد کاهش جمعیت دهه ۹۰ است.
- ✓ سهم جمعیت افراد بالای ۵۰ سال در حدود ۷ درصد افزایش خواهد یافت که این به معنای افزایش تقاضا برای بخش بهداشت و درمان، خدمات بیمارستانی، دارو و تجهیزات پزشکی خواهد بود.
- ✓ سهم جمعیت افراد زیر ۲۰ سال با نرخی ملایم افزایش خواهد یافت و از ۳۳ درصد کنونی تا سال ۲۰۲۰ به نزدیک ۳۵ درصد خواهد رسید که این به معنای رشد تقاضا برای خدمات آموزشی، فرهنگی، ورزشی و صنایع مرتبط با آن است.



نمودار (۲-۵): ساختار سنی قزاقستان در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۲۰



منبع: دایره جمعیت سازمان ملل، ۲۰۱۵.

در قزاقستان گرایش به شهرنشینی رو به افزایش است. در حال حاضر ۵۳/۶ درصد از جمعیت این کشور در مناطق شهری ساکن هستند که این نسبت به طور مستمر در حال افزایش است و در فاصله سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ به طور متوسط سالانه ۰/۸۶ درصد افزایش یافته است. پرجمعیت‌ترین شهر این کشور آلماتی^۳ پایتخت پیشین قزاقستان است که بالغ بر ۱/۵ میلیون نفر جمعیت دارد. آستانه^۴ پایتخت کنونی قزاقستان با جمعیت ۸۵۰ هزار نفر دومین شهر پرجمعیت این کشور است. شهرهای شیمکنت^۵ و کاراگاندا^۶ به ترتیب با جمعیت ۷۰۰ و ۵۰۰ هزار نفر در رتبه سوم و چهارم قرار دارند.

در کنار رشد شهرنشینی، مهاجرت افراد از شهرهای کوچک به شهرهای بزرگ با هدف دستیابی به فرصت‌های شغلی بهتر، درآمد و سطح زندگی بالاتر عاملی بوده که توسعه فضایی و رشد جمعیت شهرهای بزرگ را به همراه داشته است. دو شهر بزرگ آلماتی و آستانه تقریباً بیش‌ترین حجم این مهاجران را جذب کرده‌اند.

از سال ۲۰۱۰ به بعد قزاقستان از کشوری مهاجرفرست به کشوری مهاجرپذیر تبدیل شده است. موقعیت اقتصادی قزاقستان در منطقه آسیای مرکزی، فرصت‌های شغلی بیش‌تر و دستمزد بالاتر در مقایسه با سایر

3. Almaty
4. Astana
5. Shymkent
6. Karaganda

کشورهای آسیای مرکزی در کنار فرهنگ و زبان مشترک، این کشور را به یکی از مقاصد مهم مهاجرت برای جوانان جوبای کار از سایر کشورهای آسیای مرکزی بدل ساخته است. بین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۰، به طور خالص ۳۵ هزار نفر از قزاقستان به دیگر کشورها مهاجرت کرده بودند. در حالی که از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ این روند معکوس شده و به طور خالص ۱۶۰ هزار مهاجر به قزاقستان وارد شده‌اند. این مهاجرین عمدتاً از کشورهای قرقیزستان و ازبکستان و معمولاً با هدف یافتن فرصت شغلی بهتر و کسب درآمد بالاتر به قزاقستان عزیمت کرده‌اند.

۵-۲- نظام سیاسی

پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۹۰، قزاقستان آخرین کشوری بود که از این پیکره جدا شد و در دسامبر ۱۹۹۱ اقدام به تدوین قانون اساسی نمود. نخستین قانون اساسی این کشور در ژانویه ۱۹۹۳ به تصویب رسید. مطابق با قانون اساسی، نظام سیاسی قزاقستان دمکراتیک و از نوع جمهوری ریاستی است. در این کشور، قدرت اجرایی در دست دولت و قدرت قانونی در اختیار پارلمان است. با این حال و به رغم تفکیک قوای موجود، قوه مجریه این کشور از قدرت زیادی برخوردار است و سایر قوای حکومتی قدرت اندکی دارند.

از زمان استقلال قزاقستان تاکنون، نور سلطان نظربایف^۷ رهبر حزب دموکراتیک خلق موسوم به نوراوتان^۸ زمام قدرت را در اختیار داشته است. وی در سال ۲۰۱۵ برای پنجمین دوره متوالی با ۹۸ درصد آراء به عنوان رئیس جمهور قزاقستان برگزیده شد. این حزب بانفوذترین حزب قزاقستان است و از ۹۸ کرسی پارلمان ۸۳ کرسی را در اختیار دارد. در قزاقستان احزاب مخالف نیز اجازه فعالیت قانونی دارند اما احتمال پیروزی و کسب قدرت توسط آن‌ها بسیار اندک است. مهم‌ترین این احزاب عبارتند از:

- حزب دموکرات قزاقستان که اصلاح طلب و طرفدار بازار است.
- حزب کمونیست خلق^۹ قزاقستان که مخالف دولت و دارای گرایش‌های سوسیالیستی است.
- حزب سوسیال دموکرات ملی^{۱۰} که کم‌تر از یک درصد رأی دارد.

طبق اطلاعات موسسه بین‌المللی خانه آزادی^{۱۱} که هر ساله سطح آزادی‌های سیاسی را در کشورهای

7 . Nursultan Nazarbayev

8 . Nur-Otan

9 . People's Communist Party of Kazakhstan

10 . Nationwide Social Democratic

11 . Freedom House



جهان پایش می‌کند، قزاقستان به ترتیب در شاخص آزادی‌های مدنی^{۱۲} و حقوق سیاسی^{۱۳} نمرات پنج و شش را کسب کرده و از این حیث کشوری غیرآزاد به شمار می‌رود.^{۱۴} (خانه آزادی، ۲۰۱۵). با این حال در شاخص ثبات سیاسی^{۱۵} ارائه شده توسط بانک جهانی، قزاقستان از وضعیت مطلوبی برخوردار است و به لحاظ سیاسی کشوری نسبتاً باثبات محسوب می‌شود (بانک جهانی، ۲۰۱۵). بنا به نظر سازمان‌های ارزیابی کننده ریسک کشورها، آنچه می‌تواند ثبات سیاسی را در قزاقستان تهدید کند خطر درگیری بین جناح‌های مختلف بر سر جانشینی رئیس جمهور ۷۴ ساله این کشور است (کوفیس^{۱۶}، ۲۰۱۶).

۶-۲- روابط بین‌المللی قزاقستان

روابط خارجی قزاقستان بیش از هر چیز بر پایه تأمین امنیت اقتصادی و سیاسی این کشور شکل گرفته است. نظریات به خوبی دریافته که هر یک از سه کشور روسیه، چین و ایالات متحده درصد تسلط بر منطقه آسیای مرکزی هستند. وی مصمم است استقلال حکومت خود را در برابر این تهدید و تهدیدات دیگر همچون تروریسم حفظ نماید. از طرفی تأمین امنیت اقتصادی قزاقستان نیازمند ایجاد روابط اقتصادی و تجاری سودمند و جذب سرمایه‌های خارجی از کشورهای مذکور به ویژه در زمینه بهره‌برداری از منابع هیدروکربوری و معادن است. با درک چنین ضرورت‌هایی قزاقستان سیاست خارجی چندسویه^{۱۷} را مبنای روابط خارجی خود قرار داده است. سیاست خارجی چندسویه از دیدگاه نظریات به معنای توسعه روابط قابل پیش‌بینی و دوستانه با همه دولت‌هایی است که نقش معناداری در سیاست جهانی بازی می‌کنند. در چارچوب این سیاست وی تلاش کرده است روابط خود را به صورت متوازن و پایدار با ایالات متحده، چین، روسیه و کشورهای اروپایی توسعه بخشیده و امنیت اقتصادی سیاسی قزاقستان را تأمین کند (دیاربکیروگلو^{۱۸}، ۲۰۱۴). در ادامه به برخی از مهم‌ترین ابعاد این روابط با کشورهای روسیه، ایالات متحده آمریکا، چین و بریتانیا پرداخته شده است.

۶-۲-۱- روابط با روسیه

بنا به دلایل مختلف اقتصادی، سیاسی، جغرافیایی، جمعیتی و قومی، روسیه یک هم‌پیمان استراتژیک برای جمهوری قزاقستان به شمار می‌رود. در بین کشورهای جهان، قزاقستان و روسیه دارای طولانی‌ترین مرز مشترک هستند. همین امر باعث شکل‌گیری روابط بسیار نزدیک بین دو کشور شده است. حجم مبادلات

12 . Civil Liberties

13 . Political Rights

۱۴ . در شاخص‌های خانه آزادی نمره صفر به معنای بیش‌ترین سطح آزادی و نمره هفت به معنای کم‌ترین سطح آزادی است.

15 . Political Stability

16 . Coface

17 . Multi Vector Foreign Policy

18 . Diyarbakırlıoğlu

تجاری بین این دو کشور در سال ۲۰۱۵ تقریباً ۱۴/۵ میلیارد دلار بوده است. از ابتدای ژانویه ۲۰۱۵، اتحادیه اقتصادی اوراسیا^{۱۹} فعالیت خود را آغاز نموده است. روسیه، بلاروس و قزاقستان سه کشور پایه‌گذار اتحادیه اقتصادی اوراسیا هستند. در این اتحادیه مبادلات تجاری بین کشورهای عضو با سهولت بیشتری انجام می‌شود. اتحادیه اقتصادی اوراسیا بازار بزرگی در چارچوب قوانین سازمان تجارت جهانی ایجاد کرده است. کشورهای عضو در مورد تردد آزاد کالا، نیروی کار و سرمایه توافق کرده‌اند. بخش انرژی یکی از بخش‌های جذاب برای روسیه است و عمدتاً سهم بزرگی از سرمایه‌گذاری‌های روسیه در قزاقستان در این زمینه است. حدود ۴۰۰ شرکت مختلف روسی در بخش‌های مختلف اقتصاد قزاقستان فعالیت دارند. لوک اویل^{۲۰}، دومین شرکت نفتی بزرگ روسیه است که در قزاقستان سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی انجام داده است. گاز پروم^{۲۱} دیگر شرکت بزرگ روسی در زمینه نفت و گاز است که در قزاقستان فعالیت دارد (دیاریکیروگلو، ۲۰۱۴).

۲-۶-۲- روابط با آمریکا

قزاقستان و آمریکا روابط دوجانبه گسترده و مستحکمی در زمینه‌های تجاری، اقتصادی و امنیتی با یکدیگر دارند. تجارت متقابل این دو کشور در سال ۲۰۱۵ از ۱/۸ میلیارد دلار فراتر رفت. در مجموع در فاصله سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵، شرکت‌های آمریکایی در حدود ۲۲ میلیارد دلار در اقتصاد قزاقستان به ویژه در بخش‌های نفت و گاز، خدمات کسب‌وکار، ارتباطات و برق سرمایه‌گذاری کرده‌اند. با این حال همکاری‌های امنیتی رکن اصلی روابط دو کشور را تشکیل می‌دهد تا آن‌جا که آمریکا قزاقستان را هم‌پیمان استراتژیک خود در منطقه نام نهاده است. این دو کشور تعهدات مشترکی در زمینه مباحث امنیتی همچون منع گسترش سلاح‌های هسته‌ای، مبارزه با تروریسم افراطی و حفظ ثبات منطقه دارند. قزاقستان نمایشگاه اکسپو^{۲۲} ۲۰۱۷ آستانه را فرصت مناسبی برای تقویت همکاری با ایالات متحده و جذب سرمایه‌گذاری و تکنولوژی به منظور تحقیق و توسعه در تولید انرژی‌های تجدیدپذیر می‌داند (داگلاس، ۲۰۱۶).

۳-۶-۲- روابط با چین

در دو دهه گذشته روابط دوجانبه چین و قزاقستان در حوزه دیپلماتیک، تجاری و اقتصادی رشد شتابانی داشته است. این روابط در سال‌های اخیر و پس از مطرح شدن طرح بزرگ چین برای بازسازی جاده ابریشم رنگ تازه‌ای گرفته است. طرح مذکور که در سال ۲۰۱۳ تحت عنوان «یک کمربند، یک راه»^{۲۳} توسط رئیس

19 . Eurasian Economic Union

20 . Lukoil

21 . Gazprom

22 . Expo 2017

23 . One Belt One Road



جمهور چین پیشنهاد شد، مسیر حمل‌ونقل چین را به صورت زمینی از طریق قزاقستان به اروپا برقرار خواهد کرد (زیمرمن، ۲۰۱۵). اجرای این طرح از سال ۲۰۱۴ با سرمایه‌گذاری ۱۰۰ میلیون دلاری چین روی خط آهن چین-قزاقستان آغاز گردیده است. این خط آهن شهر لیان‌یونگانگ^{۲۴} را به آلمانی متصل می‌کند. با شروع اجرای طرح در سال ۲۰۱۴، نظریات برنامه عظیم توسعه زیربنایی قزاقستان تحت عنوان نورلی-ژول^{۲۵} یا راه روشن^{۲۶} را ارائه داد که یکی از اهداف آن توسعه راه‌ها و تسهیل حمل‌ونقل از طریق برقراری ارتباط سایر نقاط قزاقستان با جاده ابریشم جدید است. انرژی یکی دیگر از محورهای همکاری چین و قزاقستان است. شبکه بزرگ خطوط لوله نفت و گاز میان دو کشور، ظرفیت همکاری در حوزه انرژی را افزایش داده است. این شبکه اخیراً با راه‌اندازی سومین خط لوله گاز که قزاقستان را به کشورهای ترکمنستان، ازبکستان و چین متصل می‌کند، تقویت شده است. چین یکی از بزرگ‌ترین شرکای تجاری قزاقستان است و حجم تجارت متقابل دو کشور در سال ۲۰۱۵ به ۱۰/۴ میلیارد دلار رسیده است (داگلاس، ۲۰۱۶).

۴-۶-۲- روابط با انگلستان

روابط انگلستان و قزاقستان عمدتاً بر پایه مناسبات اقتصادی و تجاری شکل گرفته است. انگلستان یکی از پنج سرمایه‌گذار بزرگ در قزاقستان است. تاکنون ۵۰۰ شرکت با سرمایه‌گذاری مشترک^{۲۷} شرکت‌های انگلیسی و قزاقی ایجاد شده و مشغول فعالیت هستند. در سال ۲۰۱۵ حجم تجارت متقابل دو کشور از مرز ۱/۲ میلیارد دلار گذشت. صادرات اصلی انگلستان به قزاقستان عمدتاً در بخش خدمات است و شامل خدمات فنی و مهندسی در حوزه نفت و گاز و معدن، خدمات آموزشی، خدمات مالی و تجاری، خدمات بهداشتی و تجهیزات پزشکی، خدمات معماری و طراحی می‌شود. قزاقستان در تلاش است با الگوبرداری از تجربه موفق لندن به عنوان مرکز مالی جهانی، شهر آستانه را به مرکز مالی بین‌المللی تبدیل کند. برقراری روابط نزدیک‌تر برای انتقال تکنولوژی، تولید نوآورانه صنعتی، مهندسی و اقتصاد سبز از دیگر اهدافی است که قزاقستان در روابط خود با انگلستان دنبال می‌کند (داگلاس، ۲۰۱۶).

۷-۲- اقتصاد قزاقستان

۱-۷-۲- نظام اقتصادی

به مانند سایر جمهوری‌های استقلال یافته شوروی سابق، قزاقستان نیز در حال گذار از اقتصاد متمرکز

24 . Lianyungang

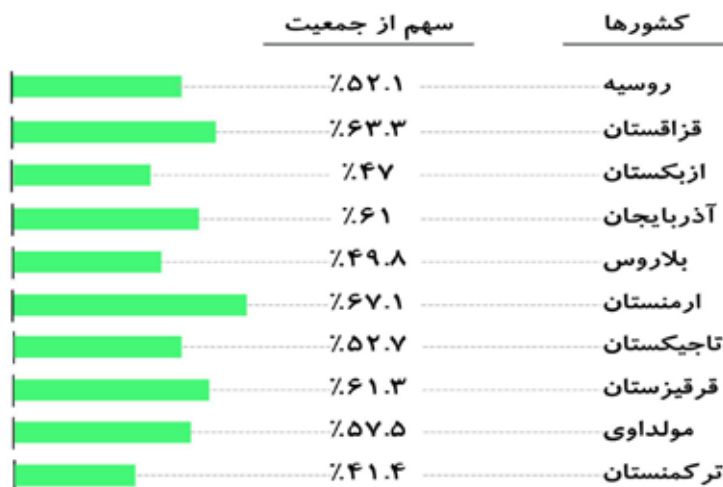
25 . Nurly Zhol

26 . Bright Path

27 . Joint Venture

دولتی به سوی اقتصاد آزاد است. نظام اقتصادی این کشور مانند سایر اقتصادهای در حال گذار، آمیخته‌ای از اقتصاد بازار و برنامه‌ریزی اقتصادی مرکزی است که هم فعالیت آزاد بخش خصوصی و هم برنامه‌ریزی و مقررات‌گذاری دولت را شامل می‌شود. با این حال ارزیابی‌های بنیاد هریتیج^{۲۸} حکایت از آن دارد که در گذار به سوی اقتصاد بازار، قزاقستان گام‌های بیش‌تری نسبت به اکثر جمهوری‌های مشابه پیموده است. بنا به گزارش سال ۲۰۱۵ بنیاد هریتیج، این کشور در شاخص مداخله دولت در اقتصاد نمره ۶۳/۳ را کسب کرده است و ۳۶/۷ امتیاز با عدد ۱۰۰ یعنی استقلال کامل اقتصاد از دولت فاصله داشته است. از این حیث باید گفت دخالت دولت قزاقستان در اقتصاد پس از ارمنستان از سایر کشورهای مشترک‌المنافع و حتی از روسیه کم‌تر است (بنیاد هریتیج، ۲۰۱۵).

نمودار (۲-۶): مقایسه شاخص مداخله دولت در اقتصاد کشورهای مستقل مشترک‌المنافع



منبع: بنیاد هریتیج، ۲۰۱۵.

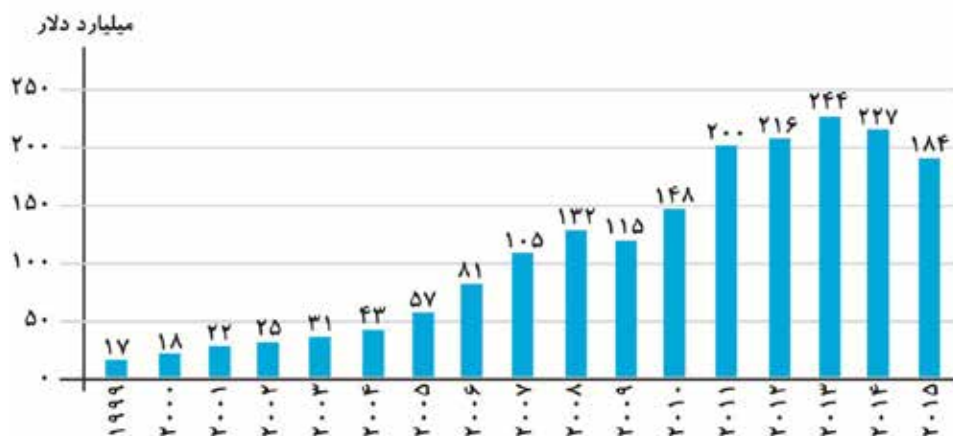
۲-۷-۲- رشد اقتصادی

قزاقستان پس از روسیه، دومین اقتصاد در میان کشورهای مستقل مشترک‌المنافع به شمار می‌آید. این کشور از سال ۱۹۹۹ تاکنون دو دوره رشد طلایی را تجربه کرده است. اولین رشد طلایی به سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۸ باز می‌گردد که قزاقستان افزایش هفت برابری تولید ناخالص داخلی را تجربه کرد. اما انتقال آثار منفی بحران جهانی سال ۲۰۰۷ در کنار ضعف عملکرد سیستم بانکی، موجب توقف اقتصاد قزاقستان شد. تا آن‌جا که این کشور در سال ۲۰۰۸ با رشد اقتصادی منفی مواجه شد.



در واکنش به این رکود، دولت با مجموعه‌ای از سیاست‌های انبساطی همچون تزریق ۲۵ میلیارد دلاری از محل صندوق نفت ملی، کاهش مالیات‌ها و تزریق نقدینگی توسط بانک مرکزی توانست اقتصاد را از رکود خارج کرده و به جایگاه اولیه خود بازگرداند. بدین ترتیب از سال ۲۰۰۹ دومین دوره رشد اقتصادی قزاقستان آغاز گردید که تا سال ۲۰۱۳ ادامه یافت. در این سال قزاقستان بیش‌ترین مقدار تولید ناخالص داخلی خود را به ارزش ۲۴۴ میلیارد دلار تجربه کرد.

نمودار (۲-۷): روند تولید ناخالص داخلی قزاقستان به قیمت‌های جاری



منبع: بانک جهانی

قزاقستان به مانند سایر اقتصادهای نفتی، وابستگی زیادی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت و گاز دارد. نفت و گاز در حدود ۳۵ درصد از تولید ناخالص داخلی قزاقستان را تشکیل داده و در پنج سال گذشته بسته به قیمت‌های جهانی بین ۶۷ تا ۷۵ درصد از صادرات این کشور را شامل شده است. در نتیجه این وابستگی، به دنبال کاهش قیمت جهانی نفت خام در دو سال اخیر، اقتصاد قزاقستان وارد رکود شده است. البته در پیدایش این رکود، نباید از پیامدهای رکود اقتصاد روسیه و کاهش رشد اقتصادی چین نیز غافل شد (گروه بانک جهانی^{۲۹}، ۲۰۱۶). مجموعه این عوامل موجب شده است که تولید ناخالص داخلی این کشور در سال ۲۰۱۴، به ۲۲۷ میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۵ با تداوم این روند به ۱۸۴ میلیارد دلار یعنی اندکی پایین‌تر از مقدار خود در سال ۲۰۱۲ برسد. مع‌الوصف سازمان‌های بین‌المللی پیش‌بینی می‌کنند با توجه به برنامه‌های گسترده دولت برای اصلاحات اقتصادی و همچنین افزایش آتی ظرفیت تولید نفت با شروع بهره‌برداری از

میدان نفتی کاشاگان^{۳۰}، روند رو به رشد اقتصاد قزاقستان تداوم یابد (بانک جهانی^{۳۱}، ۲۰۱۶، الف).

۳-۷-۲- درآمد سرانه

به تبع افزایش تولید ناخالص داخلی، درآمد سرانه قزاقستان نیز در دو دهه اخیر رشد قابل توجهی را تجربه کرده و طی یک روند افزایشی مستمر از ۱۲۶۰ دلار در سال ۲۰۰۰ به حدود ۱۲۵۰۰ دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است. به بیان بهتر طی ۱۵ سال اخیر درآمد سرانه قزاقستان حدوداً ۱۰ برابر شده است. البته درآمد سرانه در سال ۲۰۱۵ در نتیجه کاهش قیمت نفت و افت فعالیت‌های اقتصادی تا حدودی کاهش یافته و به ۱۱۵۸۰ دلار رسیده است.

رشد شتابان درآمد سرانه قزاقستان، نقش مهمی در کاهش فقر ایفا کرده است. به طوری که درصد افراد زیر خط فقر با کاهشی چشم‌گیر از ۴۷ درصد در سال ۲۰۰۱، به ۳ درصد در سال ۲۰۱۴ رسیده است. افزایش درآمد سرانه سطح زندگی را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشیده است. بر اساس آمارهای بانک جهانی، مخارج مصرفی سرانه در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۳ به طور میانگین سالانه ۹/۷ درصد رشد کرده است (بانک جهانی، ۲۰۱۵).

نمودار (۲-۸): روند تغییرات درآمد سرانه قزاقستان



منبع: بانک جهانی

30 . Kashagan

31 . World Bank



۴-۷-۲- نرخ ارز و تورم

کاهش درآمدهای ارزی قزاقستان در نتیجه افت قیمت نفت خام سبب شد این کشور در سال ۲۰۱۵ رژیم تعیین نرخ ارز خود را از رژیم نرخ ارز مدیریت شده به رژیم نرخ ارز شناور تغییر دهد. در نتیجه این سیاست، ارزش دلار که چند سالی در حدود ۱۸۳ تنگه مدیریت می‌شد به شدت افزایش یافت و در پایان سال ۲۰۱۵ به ۳۵۰ تنگه رسید. تضعیف پول ملی موج افزایش قیمت‌ها را از سه ماهه پایانی سال ۲۰۱۵ به دنبال داشت به گونه‌ای که بر اساس شاخص بهای مصرف‌کننده، نرخ تورم از ۴ درصد در آگوست ۲۰۱۵ به ۱۶ درصد در آوریل ۲۰۱۶ افزایش یافت.

نمودار (۲-۹): ارزش پول ملی قزاقستان (تنگه) بر حسب دلار



منبع: بانک مرکزی قزاقستان

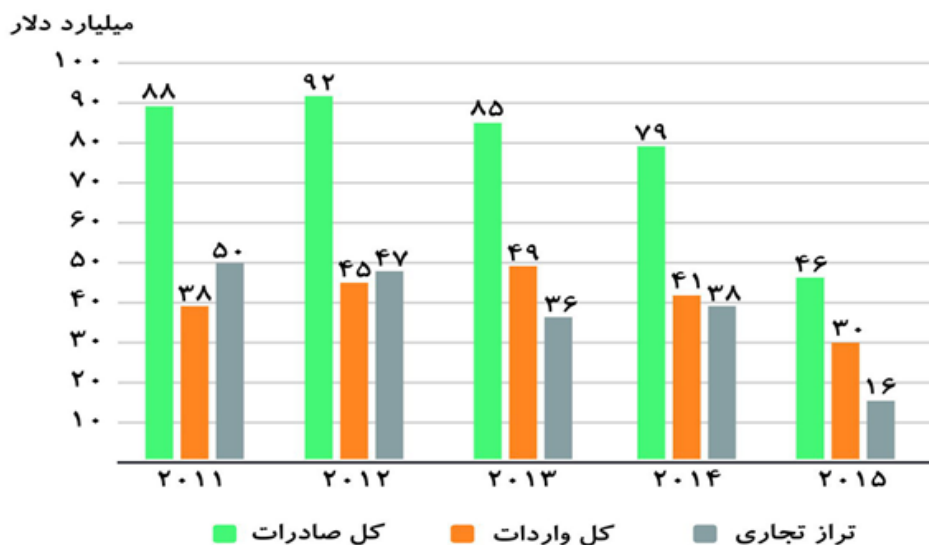
۸-۲- تجارت خارجی

۸-۲-۱- حجم تجارت

بررسی روند صادرات و واردات کشور قزاقستان طی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵ از کاهش حجم تجارت این کشور حکایت دارد. صادرات قزاقستان با ۴۲ درصد کاهش از ۷۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ به ۴۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ رسیده است. به بیان دیگر تنها طی یک سال، نزدیک به ۳۳ میلیارد دلار از صادرات این کشور کاسته شده است. در تحلیل علل این کاهش باید به سبب صادرات قزاقستان توجه ویژه‌ای داشت. صادرات قزاقستان تا حدود زیادی به تولید نفت و گاز وابسته است. در نتیجه با کاهش قیمت نفت خام،

ارزش صادرات این کشور به شدت تنزل یافته است. به گونه‌ای که از ۳۳ میلیارد دلار کاهش صادرات قزاقستان در سال ۲۰۱۵ نزدیک به ۳۰ میلیارد دلار آن نتیجه کاهش ارزش صادرات نفت و گاز است.

نمودار (۲-۱۰): روند صادرات و واردات قزاقستان (۲۰۱۱-۲۰۱۵)



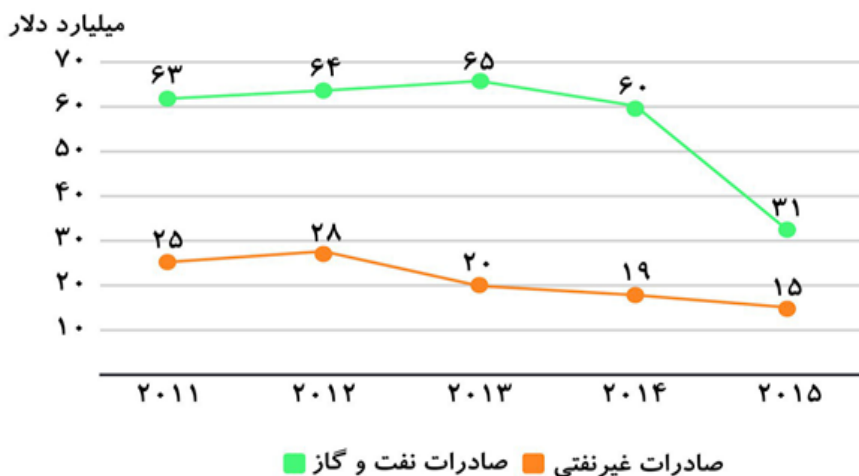
منبع: مرکز تجارت بین‌الملل^{۳۲} ITC

در دو سال ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ واردات قزاقستان نیز روندی نزولی را تجربه کرده است. واردات این کشور که در سال ۲۰۱۴ با ۸ میلیارد دلار کاهش به ۴۱ میلیارد دلار رسیده بود، روند کاهشی خود را با شتاب بیش‌تر ادامه داده و با ۱۱ میلیارد کاهش به ۳۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ رسیده است. تغییر رژیم ارزی قزاقستان به رژیم نرخ ارز شناور در کنار رکود اقتصادی و کاهش سطح درآمد از مهم‌ترین دلایل کاهش واردات این کشور محسوب می‌شود. در سال ۲۰۱۵ بیش‌ترین کاهش واردات در ماشین‌آلات صنعتی، کالاها و تجهیزات الکترونیکی و همچنین وسایل نقلیه و خودرو اتفاق افتاده است.

همان‌طور که در نمودار زیر ملاحظه می‌شود در سال ۲۰۱۵ در کنار کاهش صادرات نفتی، صادرات غیرنفتی قزاقستان نیز کاهش یافته و با ۴ میلیارد دلار تنزل به ۱۵ میلیارد دلار رسیده است. در میان

کالاهای صادراتی غیرنفتی، محصولات معدنی و صنایع آهن و فولاد بیش‌ترین کاهش ارزش صادرات را تجربه کرده‌اند.

نمودار (۲-۱۱): روند صادرات نفتی و غیرنفتی قزاقستان (۲۰۱۱-۲۰۱۵)



منبع: مرکز تجارت بین‌الملل ITC

۲-۸-۲- مهم‌ترین شرکای تجاری

کشورهای ایتالیا، چین، هلند، روسیه، فرانسه، سوئیس، رومانی و ترکیه به ترتیب مهم‌ترین مقاصد صادراتی کشور قزاقستان هستند. در نمودار زیر ملاحظه می‌شود که صادرات قزاقستان به همه این کشورها طی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۵ به طور مستمر کاهش یافته است. با این حال باید توجه داشت که سبب صادراتی قزاقستان به همه این کشورها یکسان نبوده و تفاوتی ماهوی میان صادرات قزاقستان به کشورهای روسیه، چین و ترکیه با پنج کشور اروپایی دیگر وجود دارد. همان‌طور که در جدول زیر مشاهده می‌شود فرآورده‌های نفتی بالغ بر ۹۰ درصد و گاه حتی نزدیک به ۹۹ درصد صادرات قزاقستان به این پنج کشور اروپایی را تشکیل می‌دهد. در حالی که سبب صادراتی قزاقستان به چین، ترکیه و روسیه متنوع‌تر است. چین علاوه بر واردات محصولات هیدروکربوری، محصولاتی همچون مس و سنگ‌های معدنی را نیز از قزاقستان وارد می‌کند. ترکیه نیز در کنار واردات نفتی، وارد کننده غلات از قزاقستان است.

نمودار (۲-۱۲): مهم ترین مقاصد صادراتی قزاقستان (۲۰۱۳-۲۰۱۵)



منبع: مرکز تجارت بین المللی ITC

جدول (۲-۲): جایگاه صادرات نفتی در سبد صادراتی قزاقستان

کشور مقصد	۲۰۱۳			۲۰۱۴			۲۰۱۵		
	کل صادرات میلیون دلار	صادرات نفتی میلیون دلار	سهم صادرات نفتی درصد	کل صادرات میلیون دلار	صادرات نفتی میلیون دلار	سهم صادرات نفتی درصد	کل صادرات میلیون دلار	صادرات نفتی میلیون دلار	سهم صادرات نفتی درصد
ایتالیا	۱۶۴۸۱	۱۶۳۸۴	۹۹.۴	۱۶۰۵۲	۱۵۹۷۴	۹۹.۵	۸۱۳۷	۸۰۶۱	۹۹.۱
چین	۱۴۳۷۴	۸۹۱۷	۶۲	۹۷۹۹	۵۱۷۱	۵۲.۸	۵۴۸۴	۲۱۴۶	۳۹.۱
هلند	۹۸۸۸	۹۶۳۶	۹۷.۵	۸۷۳۴	۸۵۲۸	۹۷.۸	۴۹۸۱	۴۷۷۳	۹۵.۸
روسیه	۵۸۷۵	۷۹۹	۱۳.۶	۶۳۸۹	۱۰۰۰	۱۵.۶	۴۳۴۳	۱۱۲۸	۲۶
فرانسه	۵۴۶۰	۵۲۱۳	۹۵.۵	۴۶۹۰	۴۵۴۸	۹۷	۲۶۸۱	۲۴۱۸	۹۰.۲
سوئیس	۴۳۱۴	۳۵۳۳	۸۱.۹	۴۵۳۹	۴۱۵۱	۹۱.۵	۲۶۵۹	۲۶۰۳	۹۷.۹
رومانی	۲۳۹۶	۲۳۹۳	۹۹.۸	۳۱۵۲	۳۱۴۹	۹۹.۹	۱۳۴۳	۱۳۳۷	۹۹.۵
ترکیه	۲۶۰۳	۱۶۰۰	۶۱.۵	۲۲۷۲	۱۴۲۲	۶۲.۶	۱۱۷۶	۴۸۴	۲۵.۲

منبع: مرکز تجارت بین المللی ITC

در سال ۲۰۱۵ حدود ۱۷/۷ درصد از صادرات قزاقستان به کشور ایتالیا، ۱۱/۹ درصد به چین، ۱۰/۸ درصد به هلند و ۹/۴ درصد به روسیه ارسال شده است. کشورهای فرانسه، سوئیس، رومانی و ترکیه به ترتیب با سهم‌های ۵/۸، ۵/۸، ۲/۹ و ۲/۸ درصد، رتبه‌های پنجم تا هشتم را در میان مقاصد صادراتی قزاقستان به خود اختصاص داده‌اند. در بین مقاصد صادراتی قزاقستان کشور ایران در رتبه ۱۱۸ام قرار دارد.

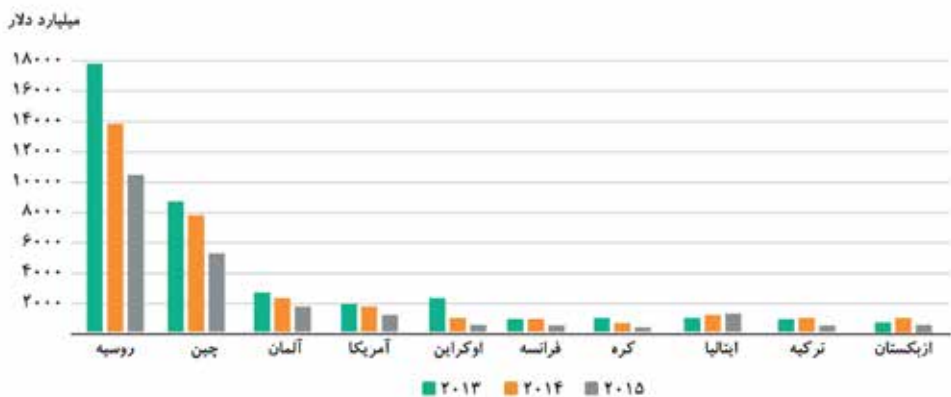


نمودار (۲-۱۳): مهم‌ترین مقاصد صادراتی کشور قزاقستان (۲۰۱۵)



سهم کشور قزاقستان از کل واردات جهان حدود ۰/۱ درصد است. روسیه بزرگ‌ترین صادرکننده کالا به قزاقستان است. در سال ۲۰۱۵ بالغ بر ۳۴ درصد واردات قزاقستان به ارزش ۱۰/۳ میلیارد دلار توسط روسیه تأمین شده است. چین دومین صادرکننده کالا به قزاقستان است و با صادرات بالغ بر ۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵، از سهمی در حدود ۱۷ درصد برخوردار است. پس از چین به ترتیب کشورهای آلمان با سهم ۶/۶ درصد، آمریکا با سهم ۴/۷ درصد و ایتالیا با سهم ۳/۹ درصد رتبه‌های بعدی را در بین صادرکنندگان کالا به کشور قزاقستان دارا هستند. ایران در بین صادرکنندگان کالا به قزاقستان در جایگاه ۱۳۶م قرار دارد.

نمودار (۲-۱۴): مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به قزاقستان (۲۰۱۵)



منبع: مرکز تجارت بین الملل ITC

۳-۸-۲- مهم ترین کالاهای تجاری

پیش از این اشاره شد که نفت خام و گاز طبیعی مهم ترین محصولات صادراتی قزاقستان به شمار می روند. بعد از نفت خام و گاز طبیعی که در سال ۲۰۱۵ حدود ۶۷ درصد از کل صادرات قزاقستان را تشکیل داده است، مواد شیمیایی معدنی، فلزات گرانبها، ایزوتوپ های رادیواکتیو، فلزاتی مانند آهن و فولاد، مس و مصنوعات آن، سنگ معدن و هم چنین غلات از مهم ترین اقلام صادراتی قزاقستان به شمار می آیند.

نمودار (۲-۱۵): مهم ترین اقلام صادراتی قزاقستان (۲۰۱۵)

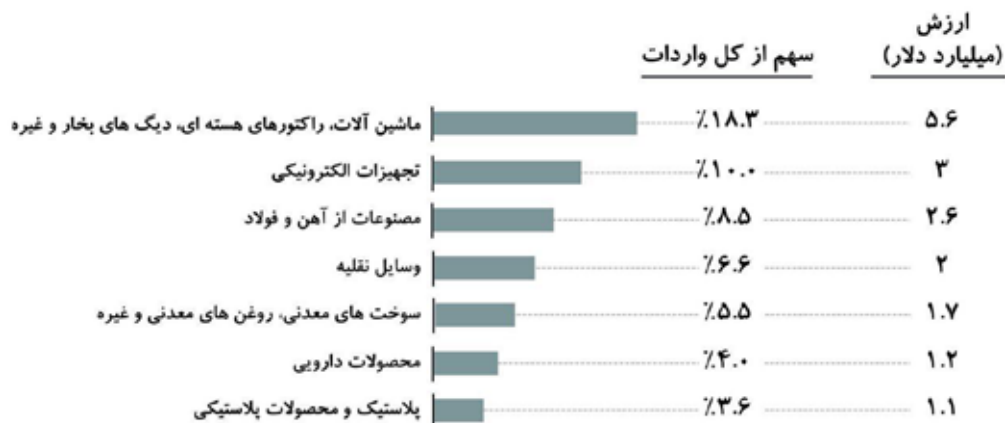


منبع: مرکز تجارت بین الملل ITC

در میان محصولات وارداتی قزاقستان، ماشین آلات و هم چنین تجهیزات الکترونیکی بیش ترین سهم را به خود اختصاص داده اند و به ترتیب ۱۸ و ۱۰ درصد از کل واردات را تشکیل می دهند. پس از آن به ترتیب مصنوعات از آهن و فولاد، وسایل نقلیه، سوخت ها و روغن های معدنی، محصولات دارویی و محصولات پلاستیکی بیش ترین سهم را دارند. نمودار زیر مهم ترین کالاهای وارداتی کشور قزاقستان را در سال ۲۰۱۵ نشان می دهد.



نمودار (۲-۱۶): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان (۲۰۱۵)



منبع: مرکز تجارت بین الملل ITC

۹-۲- روابط تجاری ایران و قزاقستان

در سال ۲۰۱۵ حجم تجارت دو کشور ایران و قزاقستان ۶۳۵ میلیون دلار بوده که نسبت به سال قبل ۳۶ درصد کاهش یافته است. روند تجارت متقابل این دو کشور از رابطه پرفراز و نشیبی حکایت دارد که اوج آن به سال ۲۰۰۷ برمی‌گردد. در این سال حجم تجارت دو کشور به ۲/۴ میلیارد دلار رسید. با این حال پس از ۲۰۰۷ تجارت دو کشور روندی نزولی را تجربه کرده است به گونه‌ای که در ۲۰۱۵ به کم‌ترین مقدار خود طی یک دهه گذشته رسیده است. وضع تحریم‌های بین‌المللی علیه جمهوری اسلامی ایران و هم‌چنین رکود اقتصادی قزاقستان در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ از مهم‌ترین دلایل کاهش تجارت دو کشور طی دهه اخیر به شمار می‌روند.

در این دوره بیش‌ترین صادرات ایران به قزاقستان در سال ۲۰۱۴ و معادل با ۹۴ میلیون دلار بوده است. این در حالی است که طی دهه مذکور همواره صادرات قزاقستان به ایران بیش‌تر از ۵۰۰ میلیون دلار بوده است و در سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ حتی از ۲ میلیارد دلار هم فراتر رفته است. در مجموع در سال ۲۰۱۵ صادرات کشور قزاقستان به ایران ۱/۴ درصد از کل صادرات این کشور و واردات قزاقستان از ایران ۰/۳۵ درصد از کل واردات این کشور را تشکیل داده است.

نمودار (۲-۱۷): روند تجارت متقابل ایران و قزاقستان (۲۰۰۴-۲۰۱۵)



منبع: مرکز تجارت بین الملل ITC

در سال ۲۰۱۵ مهم‌ترین کالاهای صادراتی قزاقستان به ایران به ترتیب آهن و فولاد، غلات، غذای دام و طیور، مواد شیمیایی معدنی، ترکیبات فلزات گران‌بها، ایزوتوپ و دانه‌های روغنی بوده است. نمودار زیر ارزش و سهم این کالاهای صادراتی را نشان می‌دهد.

نمودار (۲-۱۸): مهم‌ترین کالاهای صادراتی قزاقستان به ایران (۲۰۱۵)

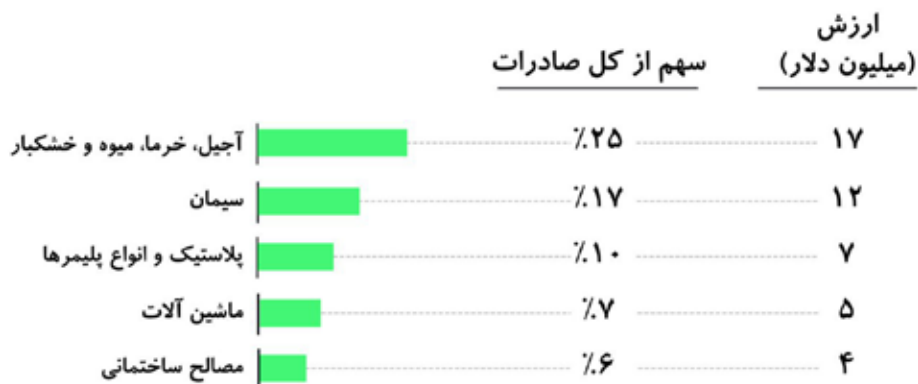


منبع: مرکز تجارت بین الملل ITC



در سال ۲۰۱۵ مهم‌ترین کالاهای صادراتی ایران به قزاقستان را به ترتیب آجیل، خرما، میوه و خشکبار، سیمان، پلاستیک و انواع پلیمرها، ماشین‌آلات و مصالح ساختمانی تشکیل داده است.

نمودار (۲-۱۹): مهم‌ترین کالاهای صادراتی ایران به قزاقستان (۲۰۱۵)



منبع: مرکز تجارت بین الملل ITC

۱۰-۲- برنامه‌های دولت برای اصلاحات

دولت قزاقستان فرآیند توسعه این کشور را در چارچوب سند چشم‌انداز «قزاقستان ۲۰۵۰» دنبال می‌کند. هدف از این چشم‌انداز که در حقیقت استراتژی توسعه بلندمدت قزاقستان را تشکیل می‌دهد کاهش وابستگی به درآمدهای نفت و گاز و تبدیل کردن این کشور به یک اقتصاد دانش‌بنیان با ساختار تولیدی متنوع^{۳۳} و متکی بر توان بخش خصوصی است. مطابق با این سند، قزاقستان باید در سال ۲۰۵۰ در شمار ۳۰ اقتصاد قدرتمند جهان قرار گرفته و به درآمد سرانه ۶۰ هزار دلار دست یابد. تقویت نهادها، بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل و بالا بردن کیفیت سرمایه انسانی سه رکن اصلی این استراتژی بلندمدت را تشکیل می‌دهند (بانک جهانی، ۲۰۱۶، الف).

۱۰-۱-۲- تقویت نهادها

به منظور محقق ساختن ابعاد اقتصادی و سیاسی چشم‌انداز ۲۰۵۰، دولت قزاقستان مجموعه‌ای از اصلاحات

نهادی را در قالب برنامه «صد گام محکم، یک دولت مدرن برای همه»^{۳۴} در دستور کار خود قرار داده است. مهم‌ترین اهداف این برنامه عبارتند:

۱. ارائه خدمات اجتماعی مدرن و حرفه‌ای
۲. تضمین حاکمیت قانون
۳. افزایش شفافیت و پاسخگویی دولت
۴. تنوع بخشیدن به اقتصاد و رشد اقتصادی
۵. اتحاد ملت (داگلاس، ۲۰۱۶).

بخش عمده‌ای از این اصلاحات نهادی، ناظر بر بهبود کارایی خدمات عمومی است که تلاش می‌کند با ارتقای عملکرد سیستم اداری، اصلاح نظام قضایی، افزایش شفافیت در نظام سیاسی و افزایش اتحاد میان اقوام مختلف، کیفیت حکمرانی دولت را تقویت نماید. اما بعد دیگر این اصلاحات، بر تقویت رشد اقتصادی از رهگذر تنوع‌بخشی به ساختار تولید و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی تمرکز دارد که دولت آن را از طریق خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی و جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی دنبال می‌کند. دولت قزاقستان در نظر دارد تا سال ۲۰۲۰ تعداد سازمان‌های شبه‌عمومی را ۱۵ درصد کاهش داده و ۵ درصد سازمان‌های وابسته به شهرداری‌ها را نیز خصوصی کند. این خصوصی‌سازی لیستی شامل ۶۵ مورد از بزرگ‌ترین شرکت‌های دولتی یا شرکت‌های وابسته به هلدینگ‌های دولتی همچون سامروک-کازینا^{۳۵}، بی‌ترک^{۳۶}، کزاگرو^{۳۷} را در بر می‌گیرد. شرکت حمل و نقل هوایی ایرآستانا^{۳۸}، شرکت گاز دولتی کزمنوای‌گاز^{۳۹} و شرکت معدنی کزینک^{۴۰} نیز در این لیست خصوصی‌سازی قرار دارند (بانک جهانی، ۲۰۱۶، ب).

۲-۱۰-۲- بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل

پهناور بودن سرزمین قزاقستان و پراکندگی غیرطبیعی جمعیت آن به ویژه در نقاط مرزی که تا حدود زیادی نتیجه سیاست‌های دوران شوروی سابق است، بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل را به یکی از ضرورت‌های توسعه اقتصادی این کشور بدل ساخته است. با این حال، آنچه بر اهمیت بخش حمل‌ونقل در قزاقستان می‌افزاید از یک سو تنوع منابع معدنی در سرتاسر خاک این کشور و از سوی دیگر موقعیت ژئوپلیتیک

34 . 100 Concrete Steps, a Modern State for All

35 . Samruk-Kazyna

36 . Baiterek

37 . KazAgro

38 . Air Astana

39 . KazMunayGas

40 . Kazzinc



قزاقستان به عنوان قلب آسیای مرکزی است (رانا^{۴۱}، ۲۰۱۶). دولت قزاقستان به منظور تنوع بخشیدن به اقتصاد نفتی خود، جایگاه ویژه‌ای برای توسعه بهره‌برداری از منابع معدنی متنوع و غنی این کشور در نظر گرفته است. در این میان، پراکندگی جغرافیایی منابع در گستره خاک قزاقستان و هم‌چنین نیاز مبرم بخش معدن به حمل‌ونقل، نقشی حیاتی به زیرساخت‌های حمل و نقل به ویژه حمل‌ونقل ریلی بخشیده است.

در کنار این عوامل باید به موقعیت ژئوپلیتیک قزاقستان به عنوان پل ارتباطی بین اروپا و آسیا و هم‌چنین دروازه ورود روسیه به جنوب آسیا اشاره کرد که می‌تواند بخش حمل‌ونقل را برای این کشور از یک ضرورت به یک فرصت تبدیل کند. برای قزاقستان به عنوان یک کشور محصور در خشکی، بهره‌مندی سنجیده از این موقعیت استراتژیک، هم دسترسی‌ها به بازارها را تسهیل می‌کند و هم درآمد حاصل از ترانزیت کالا را افزایش می‌دهد. به ویژه آنکه در یک دهه گذشته حجم تجارت بین چین و اروپا به شدت افزایش یافته است.

سیستم حمل‌ونقل قزاقستان در حال حاضر بیش از ۹۷ هزار کیلومتر جاده و ۱۴ هزار کیلومتر راه آهن را در بر می‌گیرد. خط آهن اصلی ترنس آسیا^{۴۲} نیز از خاک این کشور عبور می‌کند. شبکه حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای در مجموع بالغ بر ۹۰ درصد حجم کل کارگو را در قزاقستان به عهده دارند. بخش عمده ترانزیت کالا در قزاقستان از طریق شبکه حمل‌ونقل و باقی مانده آن از طریق حمل‌ونقل جاده‌ای انجام می‌شود (بانک جهانی، ۲۰۱۶، الف). با این حال، با توجه به تقاضای زیاد برای حمل و نقل، این زیرساخت‌ها پاسخ‌گوی نیازهای این کشور پهناور نیست. در قزاقستان سهم هزینه حمل‌ونقل از کل هزینه‌های یک کالا، در حمل‌ونقل ریلی به ۸ درصد و در حمل‌ونقل زمینی به ۱۱ درصد می‌رسد. در حالی که در کشورهای صنعتی این سهم ۴ تا ۴/۵ درصد است (رانا^{۴۳}، ۲۰۱۶). به بیان دیگر سهم هزینه‌های حمل‌ونقل در بهای کالا تقریباً دو برابر کشورهای صنعتی است.

در مجموع هزینه‌های لجستیکی در صنایع کارخان‌های قزاقستان یکی از بالاترین عناصر تشکیل دهنده هزینه کالای نهایی است و به حدود ۲۰ تا ۲۵ درصد می‌رسد. این نسبت در چین ۱۵ درصد و در اروپا ۷ تا ۸ درصد است. اگرچه بخشی از این تفاوت به دلیل طولانی بودن مسیر حمل و نقل در پهنه وسیع قزاقستان است، اما مهم‌ترین دلیل بهره‌وری پایین سیستم حمل‌ونقل است (یرگالیف^{۴۴}، ۲۰۱۵). بر اساس شاخص عملکرد لجستیکی^{۴۵} که معیارهایی همچون کیفیت سیستم حمل‌ونقل، کیفیت زیرساخت‌ها، کیفیت ترانزیت کالا، زمان حمل بار و ... را مورد سنجش قرار می‌دهد، در سال ۲۰۱۴ در میان ۱۶۰ کشور از کشورهای جهان،

41 . Krishan Rana

42 . Trans-Asian Railway Main (TARM)

43 . Krishan Rana

44 . Yergaliyev

45 . Logistics Performance Index

قزاقستان در رتبه ۱۸۸ام قرار داشته است. اگرچه در سال ۲۰۱۶ جایگاه این کشور ۱۱ پله بهبود یافته است، اما رتبه ۱۷۷ام کماکان از وضعیت نامناسب سیستم حمل و نقل قزاقستان حکایت دارد (آرویس و همکاران، ۲۰۱۶).

دولت قزاقستان با درک چنین موقعیتی، نه تنها به طور فعالانه در طرح بازسازی جاده ابریشم مشارکت کرده است که علاوه بر آن سیاست اقتصادی جدید خود یعنی نورلی-ژول را در پیوند با این طرح تعریف نموده است. مطابق با اهداف چشم انداز ۲۰۵۰، حجم ترانزیت کالا از مسیر قزاقستان تا سال ۲۰۲۰ باید دو برابر و تا سال ۲۰۵۰ باید ۱۰ برابر شود.

هدف از اجرای نورلی-ژول که هزینه اجرای آن بالغ بر ۹ میلیارد دلار برآورده شده است، افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی، صنایع کارخان‌های، بخش تجارت، خدمات لجستیکی و توسعه زیرساخت‌های گردشگری و تجارت الکترونیک است. نورلی-ژول علاوه بر زیرساخت‌های حمل و نقل، سرمایه‌گذاری در شش حوزه دیگر شامل زیرساخت‌های مورد نیاز برای صنایع کارخانه‌های، زیرساخت‌های انرژی، زیرساخت‌های بخش مسکن، زیرساخت‌های اجتماعی، توسعه یوتیلیتی‌ها و خدمات عمومی (نظیر آب، برق و گاز و ...) و همین‌طور حمایت از صنایع متوسط و کوچک را در دستور کار خود قرار داده است. طبق پیش‌بینی‌ها با حمایت از صنایع متوسط و کوچک بالغ بر ۴۵۰۰ شغل جدید در قزاقستان ایجاد خواهد شد.

۳-۱-۲- بالا بردن کیفیت سرمایه انسانی

بعد از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، قزاقستان با موج گسترده مهاجرت شهروندان خود مواجه شد. در اوایل دهه ۹۰ در حدود دو میلیون نفر کشور را ترک کردند که عمدتاً افراد با سطوح بالای سرمایه انسانی بودند. در نتیجه، فقدان نیروی کار ماهر موجب کاهش رشد اقتصادی و بی‌ثباتی کشور شد. از آن زمان به بعد، سرمایه‌گذاری در توسعه سرمایه انسانی برای دولت قزاقستان به یکی از پیش‌نیازهای اصلی توسعه پایدار تبدیل شد (کاپیکی، ۲۰۱۵). برنامه‌ریزی برای توسعه آموزش و پرورش و در کنار آن اعزام افراد به خارج از کشور برای کسب مهارت‌های مدیریتی، دو اقدام مهمی بود که دولت قزاقستان برای بهبود کیفیت سرمایه انسانی خود در پیش گرفت. در نتیجه سیاست نخست، در سال ۲۰۱۰، قزاقستان در شاخص آموزش برای همه که توسط سازمان یونسکو ارائه می‌شود، در جایگاه نخست قرار گرفت. در این سال، در قزاقستان، نرخ نام‌نویسی در مدارس ابتدایی به ۹۹ درصد، سطح سواد بزرگسالان به ۹۹ درصد، برابری جنسیتی به ۹۹ درصد و نرخ انتقال از مدارس ابتدایی به مدارس متوسطه به نزدیک ۱۰۰ درصد رسید (بانک جهانی، ۲۰۱۶، الف). سیاست اعزام نیروی انسانی به دانشگاه‌های خارجی بالاخص دانشگاه‌های غربی نیز موجب تربیت نسلی از افراد تحصیلکرده و آشنا به زبان انگلیسی گردید که در حال حاضر بخش عمده‌ای از مدیران دستگاه‌ها و



دوایر دولتی از میان آن‌ها برگزیده شده‌اند.

به طور کلی سیاست‌های آموزشی قزاقستان در جهت مدرن‌سازی فرآیند آموزش قرار داشته و شامل بهبود روش‌های آموزش در تمامی سطوح از طریق تکنولوژی‌های جدید و تطبیق آن با نیازهای امروز و هم‌چنین ارتقای مهارت‌های کارگران می‌شود. روندی که رشد شاخص توسعه انسانی این کشور که از سال ۲۰۰۰ شروع شده است را شتاب خواهد بخشید.

۱۱-۲- چشم‌انداز اقتصاد قزاقستان

آینده اقتصاد قزاقستان در میان‌مدت به بازار نفت و در بلندمدت به درجه توفیق دولت در پیاده‌سازی برنامه اصلاحات اقتصادی گره خورده است. پیش‌بینی بانک جهانی حاکی از پایین ماندن قیمت نفت در سال ۲۰۱۶ و البته بهبود تدریجی آن در سال ۲۰۱۷ است. این مساله در میان‌مدت، با کاهش عدم اطمینان سرمایه‌گذاران و افزایش مصرف، تقاضای کل اقتصاد را افزایش خواهد داد و رشد تولید را در پی خواهد داشت. طبق پیش‌بینی بانک جهانی، رشد تولید ناخالص داخلی قزاقستان در سال ۲۰۱۶ حدود یک درصد خواهد بود که انتظار می‌رود مقدار آن در سال ۲۰۱۷ به ۳/۳ درصد برسد. البته در یک سناریوی بدبینانه‌تر، ممکن است قیمت جهانی نفت در سال ۲۰۱۶ باز هم کاهش یابد که این باعث کاهش بیش‌تر تقاضای داخلی و به تبع آن تولید قزاقستان خواهد شد.

با این حال، نکته قابل ذکر در هر دو سناریوی فوق این است که تولید نفت قزاقستان به احتمال زیاد در سال ۲۰۱۷ با شروع مجدد بهره‌برداری از میدان نفتی عظیم کاشاگان افزایش خواهد یافت. این امر ضمن جبران آثار کاهش قیمت نفت، موجب رونق تولید و بهبود تراز پرداخت‌ها خواهد شد. اگرچه ریسک تأخیر در بهره‌برداری از کاشاگان، تداوم رکود در روسیه و کاهش رشد اقتصادی چین، کماکان برای اقتصاد قزاقستان وجود دارد، اما آنچه از بدبینی‌ها نسبت به آینده اقتصاد این کشور می‌کاهد این است که بر اساس برآوردها، با بهره‌برداری از میدان نفتی کاشاگان، قزاقستان تا سال ۲۰۲۰ به پنجمین تولیدکننده نفت در جهان تبدیل می‌شود.

۱۲-۲- جمع‌بندی

در این فصل کلیاتی در خصوص موقعیت جغرافیایی، ترکیب جمعیت، نظام سیاسی، روابط بین‌الملل، روابط تجاری و ساختار اقتصاد قزاقستان با هدف معرفی بهتر فضای اقتصادی و سیاسی این کشور ارائه گردید. موضوعات مطرح شده نشان می‌دهد که قزاقستان طی سال‌های پس از استقلال توانسته است با بهره‌برداری از ذخایر و منابع معدنی قابل توجه سطح درآمد خود را بهبود بخشیده و از این طریق فقر حاکم در دهه نود

را به طور چشمگیری کاهش دهد. مضاف بر این، این کشور با استفاده هوشمندانه از موقعیت جغرافیایی خاص خود در برقراری ارتباط بین کشورهای شرق آسیا و اروپا و هم‌چنین نقش‌آفرینی به مثابه پل ارتباطی میان روسیه و کشورهای جنوب آسیا بر اهمیت خود در روابط بین‌الملل بیافزاید. در قزاقستان بعد فاصله و تراکم پایین جمعیت و وجود قومیت‌ها و مذاهب مختلف هرگز نتوانسته به عنوان یک عامل بازدارنده توسعه عمل کند. مردم این کشور به رغم عقاید مختلف توانسته‌اند همزیستی مسالمت‌آمیزی در کنار یکدیگر داشته باشند. درست همان‌گونه که دولت این کشور با برقراری روابط دوستانه مبتنی بر همکاری متقابل و با تسامح و مدارا با کشورهای مختلف به ویژه قدرت‌های اول جهان همانند ایالات متحده، روسیه و چین و ایجاد ثبات سیاسی زمینه‌های لازم را برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی فراهم آورده است. توسعه انسانی در کنار متنوع‌سازی تولید داخلی و کاهش اتکاء به درآمدهای نفتی از مهم‌ترین اهداف بلندمدت این کشور است. در صورتی که برنامه‌های توسعه انسانی قزاقستان با موفقیت رو به رو شود، جمعیت جوان این کشور به عنوان موتور رشد می‌تواند روند توسعه این کشور را شتاب بخشیده و قدرت این کشور را در منطقه افزایش دهد. از این رو پیاده‌سازی صحیح برنامه‌های اصلاحات و بهبود درآمدهای نفتی دو متغیر اساسی در تعیین آینده این کشور هستند. در فصول بعدی تلاش می‌شود اقتصاد قزاقستان در دو بعد رفتار مصرفی مصرف‌کنندگان و ساختار بازارها بخش مصرف و تولید با جزئیات دقیق تحلیل شود تا تصویر روشن‌تری از فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری این کشور برای خواننده ایجاد شود.

فصل سوم:

الگوهای مصرفی قزاقستان

۱-۳- مقدمه

بخش عمده‌ای از درآمدهای صادراتی ایران از صادرات به کشورهای محدودی حاصل می‌شود. این امر ریسک درآمدهای صادراتی کشور را تا حد زیادی بالا برده است. رهایی از این مشکل نیازمند توسعه صادرات غیرنفتی کشور از طریق گسترش بازارهای هدف است. پیداست در عرصه مبادلات تجاری جهانی که در آن رقابت به طور روزافزونی افزایش می‌یابد، صادرات مواد خام اولیه، صادرات بی‌هدف و بی‌برنامه دیگر جایگاهی ندارد. گسترش بازارهای هدف صادراتی و دستیابی به بازارهایی باثبات و قابل اتکاء در کنار برخورداری از یک سبد صادراتی متنوع، نیازمند آشنایی هرچه بیشتر با بازارهای جدید و داشتن اطلاعات دقیق از نیازهای واقعی و سلیقه مصرف‌کنندگان است. بررسی ساختار سنی جمعیت کشور هدف، شناخت نیازهای مصرفی نسل‌ها و گروه‌های سنی مختلف، آگاهی از الگوهای مصرفی هر نسل و از همه مهم‌تر پیش‌بینی و آینده‌نگری تغییرات احتمالی این الگوهای مصرفی در واکنش به پدیده‌های مختلف درون‌زا و برون‌زا، فعالان اقتصادی کشور را قادر می‌سازد ضمن انتخاب اقلام صادراتی خود مبتنی بر گرایش‌های مصرفی و نیازهای بازار هدف، از قدرت برنامه‌ریزی و انعطاف کافی نسبت به تحولات آینده این بازارها برخوردار شوند. این در حالی است که کمبود اطلاعات مناسب نسبت به سبک زندگی و گرایش‌های مصرفی مصرف‌کنندگان در کشورهای هدف صادراتی، یکی از مهم‌ترین مشکلات تولیدکنندگان و صادرکنندگان کشور است.

این فصل با هدف پاسخ دادن به چنین نیازی به مطالعه رفتار مصرف‌کنندگان در کشور قزاقستان می‌پردازد و تلاش می‌کند بازار قزاقستان را از زاویه ترجیحات و سبک زندگی مصرف‌کنندگان مورد تحلیل قرار دهد. در این فصل نیازهای مصرفی جامعه قزاقستان در گروه‌های سنی مختلف، گرایش‌های مصرفی زنان، مردان و کودکان، الگوی مصرف مواد غذایی، کفش و البسه در این جامعه معرفی می‌شود. علاوه بر این تلاش می‌شود با تحلیل نگرش عمومی مصرف‌کنندگان قزاقستانی نسبت به خرید کالاهای بادوام، مسکن، اتومبیل و همچنین نحوه گذران اوقات فراغت، الگوی درآمد و هزینه آن‌ها شناسایی شود.



۲-۳- اعتماد مصرف‌کنندگان

پیش از پرداختن به سبک زندگی و الگوهای مصرفی جامعه قزاقستان، لازم است درجه اعتماد مصرف‌کنندگان این کشور نسبت به اقتصاد و آینده بازارها بررسی شود. شاخص اعتماد مصرف‌کنندگان معیاری است که درجه خوش‌بینی افراد یک جامعه را نسبت به آینده اقتصاد اندازه‌گیری می‌کند. پیداست هرچه مصرف‌کنندگان به آینده خوش‌بین‌تر باشند، تمایل بیش‌تری به خرید کالاها و خدمات خواهند داشت که این امر در رشد تقاضا برای کالاها و خدمات انعکاس خواهد یافت. به عکس هرچه خوش‌بینی نسبت به آینده اقتصاد کم‌تر و چشم‌انداز بازارها مبهم‌تر باشد، مصرف‌کنندگان بخش بیش‌تری از درآمد خود را در واکنش به شرایط نااطمینانی، پس‌انداز کرده و به تبع آن تقاضا کاهش خواهد یافت.

اگرچه در پی انتقال آثار بحران جهانی سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ به اقتصاد قزاقستان، شاخص اعتماد مصرف‌کنندگان در این کشور به شدت کاهش یافت، اما به دنبال افزایش درآمد سرانه این کشور در سال‌های پس از ۲۰۰۹، خوش‌بینی مصرف‌کنندگان قزاقستان نسبت به آینده افزایش یافته است. مطابق با پیش‌بینی سازمان‌های جهانی به رغم کاهش رشد اقتصادی دو سال اخیر در نتیجه کاهش قیمت نفت خام و رکود اقتصاد روسیه و کاهش رشد اقتصادی چین، شاخص اعتماد مصرف‌کننده روند نسبتاً باثباتی را تا سال ۲۰۱۷ حفظ خواهد کرد که مهم‌ترین دلیل آن برنامه‌های دولت برای اصلاحات و افزایش رشد اقتصادی است.

۳-۳- آموزش و نیازهای مرتبط با آن

در حال حاضر ۲۶/۸ درصد از جمعیت قزاقستان در سنین زیر ۱۵ سال قرار دارند. با توجه به روندهای جمعیتی، پیش‌بینی می‌شود سهم جمعیت این افراد، که بخش عمده متقاضیان کنونی و آتی تحصیل در مدارس و مهد کودک‌ها را تشکیل می‌دهند، طی پنج ساله آینده به ۲۸/۸ درصد افزایش یابد. بر این اساس جمعیت زیر ۱۵ سال قزاقستان در سال ۲۰۲۰ در حدود ۵/۳ میلیون نفر خواهد بود. تحصیل مهم‌ترین فعالیت این گروه از جمعیت را تشکیل می‌دهد و نیازهای مصرفی آن‌ها شامل پوشاک، خوراک، حمل‌ونقل و تفریحات تا حدود زیادی در ارتباط با آموزش تعریف می‌شود. با توجه به سهم بالای این گروه از جمعیت و نیز افزایش سطح آگاهی والدین، انتظار بر این است که بخش عمده‌ای از مخارج مصرف‌کنندگان قزاقستانی در حال حاضر و طی پنج سال آینده در زمینه آموزش و کالاها و خدمات مرتبط با آن صرف شود.

۱-۳-۳- دوران پیش از دبستان

در قزاقستان بیش از ۷۱ درصد از کودکان ۳ تا ۶ سال دوران پیش‌دبستانی را سپری می‌کنند. بر اساس آمار وزارت آموزش و پرورش، این کشور ۸۵۹۰ پیش‌دبستانی شامل ۳۱۲۸ مهدکودک و ۵۴۶۲ کودکستانی

دارد که بالغ بر ۶۴۴ هزار کودک در آنجا آموزش می‌بینند. با این حال با توجه به افزایش نرخ تولد، تعداد پیش‌دبستانی‌ها پاسخگوی تقاضای جامعه نیست. برای مثال در آلماتی، پایتخت پیشین و بزرگ‌ترین شهر قزاقستان، در سال ۲۰۱۲ تقریباً ۲۲ هزار کودک در لیست انتظار ثبت‌نام برای پیش‌دبستانی بودند. در نتیجه بسیاری از مادران که جایی برای نگهداری فرزندانشان نداشتند، نتوانستند شاغل شوند.

کمبود فضای مهدکودک‌ها عمدتاً نتیجه افزایش نرخ زاد و ولد و بهبود رفاه خانواده‌های قزاقستانی است که البته فرصت خوبی را برای تأسیس مهدکودک‌های خصوصی توسط کارآفرینان به وجود آورده است. دولت نیز با توجه به تشخیص عدم توان لازم برای تأسیس سریع کودکستان‌های جدید، همکاری خود را با بخش خصوصی به صورت پرداخت یارانه آغاز کرده است. با این حال در کودکستان‌های خصوصی والدین باید هزینه بیش‌تری برای ثبت‌نام کودکان خود پرداخت کنند. عمده مناطقی که کودکستان‌های جدید را افتتاح کردند قزاقستان جنوبی^{۴۷}، آلماتی، کیزیل‌اوردا^{۴۸} و شهر آلماتی هستند.

۲-۳-۳- دوران دبستان و دوران متوسطه

کودکان در قزاقستان از سن ۶ یا ۷ سالگی به مدرسه می‌روند. آموزش ابتدایی ۵ سال زمان می‌برد. معمولاً زمان کلاس‌ها بسته به تعداد دانش‌آموزان و برنامه آموزشی، از ساعت ۸ صبح تا ۱ ظهر یا ۱ ظهر تا ۵ بعدازظهر است. اگر چه آموزش رایگان است اما والدین باید برای فعالیت‌های فوق برنامه مانند ورزش، موسیقی یا تجهیزات آزمایشگاهی، هزینه پرداخت کنند. در سال ۲۰۱۵، نزدیک به ۲/۸ میلیون دانش‌آموز در مدرسه‌های عمومی شیفت صبح و ۱۷/۶ هزار نفر در مدرسه‌های عمومی شیفت عصر تحصیل کرده‌اند. در مجموع استان قزاقستان جنوبی و استان آلماتی به ترتیب با ۵۹۴ و ۵۶۲ هزار دانش‌آموز، بیش‌ترین جمعیت دانش‌آموزان را دارند.

با توجه به اهمیت قومیت‌ها و هم‌چنین رویکرد دولت مبنی بر ایجاد اتحاد میان اقوام، آموزش دانش‌آموزان در مدارس به ۹ زبان متفاوت انجام می‌شود: قزاقی، روسی، ازبک، اویغور، تاجیک، ترکی، چچنی، آلمانی و انگلیسی. بر اساس اطلاعات آژانس ملی آمار^{۴۹}، بین سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱، تنها در ۰/۳ درصد از کل مدارس کشور، زبان قزاقی تنها زبان تدریس بوده است. اخیراً وزارت آموزش و پرورش تصمیم گرفته زبان تدریس را به زبان انگلیسی تغییر دهد. در مجموع با توجه به سطح نامطلوب آموزش انگلیسی، این تصمیم می‌تواند محرک خوبی برای تقاضای کتاب‌های درسی، فرهنگ لغت و تدریس خصوصی باشد.

در سال ۲۰۰۳ دولت به تدریج لباس‌های فرم را برای مقطع دبستان (سال‌های اول تا چهارم) و برخی

47 . Southern Kazakhstan

48 . Kyzylorda

49 . National Statistic Agency (NSA)



مدارس متوسطه (سال‌های پنجم تا یازدهم) تصویب کرد. لباس‌های فرم باید کاربردی، راحت و با طراحی مناسب باشد. این لباس‌ها دارای علامت یا آرم سازمان آموزشی نیز هستند. پارچه یونیفرم باید مطابق با گواهی و قوانین بهداشتی باشد. با این حال، اکثر دانش‌آموزان از کیفیت پایین لباس فرم خود که از فروشگاه‌های مخصوص خریداری شده ناراضی هستند. در نتیجه، بعضی از خانواده‌ها باید در هر فصل، دو یا سه دست لباس تهیه کنند. بزرگ‌ترین مشکل خانوارها کفش است که باید هر دو سه فصل یک بار متناسب با رشد کودکان عوض شود. قیمت یک جفت کفش برای کودکان بین ۳ تا ۴ هزار تنگه است. با توجه به سنت سکولار قزاقستان، رئیس‌جمهور از سال ۲۰۱۱ استفاده از پوشیه و روسری را در مدارس ممنوع کرده است.

زمان خرید لباس فرم و دیگر وسایل مربوط به مدرسه (کیف، دفتر، خودکار و ...) عمدتاً در طول ماه اوت و پیش از آغاز سال تحصیلی (اول سپتامبر) است. در اواخر ماه می در بسیاری از شهرهای سراسر کشور، والدین می‌توانند لباس‌های فرم را با ۱۰ تا ۲۰ درصد تخفیف خریداری کنند. علاوه بر این، با کمک شهرداری‌های محلی، مراکز خرید، مکان‌های اجاره‌ای را برای فروش کالاهای تحصیلی مهیا می‌کنند تا اطمینان پیدا کنند که هر دانش‌آموزی فرصت خرید لباس فرم را اصطلاحاً «به قیمت کارخانه» دارد. دو هفته قبل از آغاز ماه سپتامبر، لوازم تحصیلی معمولاً با قیمت‌های بالاتری به فروش می‌رسند. به طور متوسط قیمت لباس فرم ۱۶۳۰۰ تنگه است، اما تولیدات محلی کمی ارزان‌تر و حدود ۱۳۰۰۰ تنگه به فروش می‌رسد. متوسط هزینه بسته کتاب‌های تحصیلی در آلماتی، حدود ۵۶۰۰ تنگه است.

به عنوان یک قاعده عمومی، کودکانی که در نزدیکی مدرسه زندگی می‌کنند پیاده به مدرسه می‌روند و یا این‌که والدین آن‌ها را می‌رسانند. در مناطق روستایی، طرح حمل‌ونقل ملی، سرویس رایگان را برای کودکان خانواده‌های کم‌درآمد فراهم کرده است. با کمک این طرح که در آن حدوداً از ۱۳۷۷ اتوبوس استفاده می‌شود، برای ۲۴/۶ هزار دانش‌آموز استفاده از مترو را آغاز کرده‌اند که اولین بار در سال ۲۰۱۱ فرآهم شد. در آلماتی، بسیاری از دانش‌آموزان استفاده از مترو را آغاز کرده‌اند که اولین بار در سال ۲۰۱۱ برای رفت و آمد به مدرسه افتتاح شد. با این حال مترو محبوبیت کم‌تری نسبت به دیگر وسایل حمل‌ونقل دارد، زیرا دسترسی به آن تنها در مرکز شهر امکان‌پذیر است. با راه‌اندازی خط دوم مترو آلماتی در سال ۲۰۱۷ پیش‌بینی می‌شود کودکان بیش‌تری بتوانند از آن استفاده کنند.

استفاده از دوچرخه برای رفتن به مدرسه چندان رایج نیست، زیرا زیرساخت لازم برای آن توسعه نیافته است. در عین حال، در سال‌های اخیر با توجه به برنامه شهرداری برای کاهش ترافیک از طریق بهبود پیاده‌روها و مسیرهای دوچرخه‌سواری، این وسیله نقلیه رایج‌تر شده است. در سال ۲۰۱۲، آلماتی بیش از ۱۰ هزار دوچرخه‌سوار داشت که این افراد یک درصد از جمعیت شهری را تشکیل می‌دهند. ارزیابی‌های

موسسه حمل و نقل و ارتباطات قزاقستان نشان می‌دهد که با ارائه برنامه عمومی دوچرخه‌سواری شهری، در سال ۲۰۲۰ تعداد دوچرخه‌سواران به دو درصد برسد.

کودکان به ندرت برای خود از منزل غذا می‌آورند و اغلب از غذاخوری مدارس نیز دوری می‌کنند. آن‌ها ترجیح می‌دهند به جای خرید یک بشقاب سوپ گرم، پول خود را برای خریدهای داگ، همبرگر، آب‌نبات و چیپس خرج کنند. در سال ۲۰۰۷، دولت به دلیل مشکلات ناشی از سوء تغذیه توجه بیشتری را به تغذیه در مدارس معطوف کرد و رژیم غذایی را اصلاح نمود. به گفته مقامات آموزش و پرورش، در سال تحصیلی ۲۰۱۲-۲۰۱۱ دولت به ۱/۸ میلیون کودک (بالغ بر ۷۰ درصد دانش‌آموزان) در ۵۹۱۰ مدرسه (۷۸ درصد از مدارس) غذای گرم و به ۶۱۱ هزار کودک غذای رایگان عرضه کرد. از سال ۲۰۱۲، غذای رایگان فقط به کودکان خانواده‌های کم‌درآمد، عرضه می‌شود. به طور متوسط، هزینه یک غذای گرم ۱۵۰ تا ۲۰۰ تنگه است. بر اساس ادعای آژانس ملی اطلاعات قزاقستان، با وجود تمام اقدامات صورت گرفته، ۵۰ درصد از دانش‌آموزان پیش دبستانی و ۹ درصد از کودکان خانواده‌های کم‌درآمد در سال ۲۰۱۲ غذای گرم دریافت نکرده‌اند.

اخیراً وزارت آموزش و پرورش، به صورت آزمایشی دستگاه‌های الکترونیکی مانند آپید را به عنوان وسیله کمک آموزشی برای ۴۴ مدرسه معرفی کرده و ۳۰۰ دستگاه الکترونیکی را به منظور آزمایش قابلیت استفاده از سیستم آموزش الکترونیکی به این مدارس ارائه نموده است. استفاده از اینترنت در بین کودکان کلاس‌های هشتم تا یازدهم در حال افزایش است. آن‌ها برای صحبت با دوستان، یافتن دوستان جدید و دانلود موزیک از آن استفاده می‌کنند. آن‌ها عمدتاً از سایت‌های روسی که امکانات و اطلاعات بیشتری دارد دیدن می‌کنند. با توجه به افزایش ضریب نفوذ اینترنت در میان کودکان، به نظر می‌رسد تأثیرگذاری تبلیغات اینترنتی نسبت به سایر شیوه‌های تبلیغات رو به افزایش باشد.

۳-۳-۳- دوران دانشگاه

در سال ۲۰۱۱ در مجموع ۱۴۹ موسسه آموزش عالی در قزاقستان وجود داشت. اما به دنبال اجرای برنامه بهینه‌سازی آموزش عالی توسط دولت که هدف آن کاهش تعداد دانشگاه‌ها و بهبود کیفیت آموزش است، از تعداد این موسسات به تدریج کاسته شد، به گونه‌ای که در سال ۲۰۱۵ تعداد موسسات آموزش عالی به ۱۲۷ کاهش یافته است. هدف این اصلاحات رفع عدم تناسب بین گواهی‌های ارائه شده توسط دانشگاه‌های داخلی و تقاضای بازار است. این اصلاحات، هم‌چنین، مقررات صدور مدرک و کیفیت علمی دانشگاه‌های داخلی را به منظور حصول اطمینان از کیفیت بالاتر برنامه‌ها و پایبندی به استانداردهای بین‌المللی سخت‌تر کرده است.



وزارت آموزش عالی معتقد است جدا از بحث کیفیت آموزش، برنامه بهینه‌سازی موجب افزایش تقاضا در بازار کار می‌شود. تعداد دانشجویان در سال تحصیلی ۲۰۱۳-۲۰۱۲ در حدود ۵۷۲ هزار نفر بوده است که در سال ۲۰۱۵ به ۴۵۹ هزار نفر کاهش یافته است. بر اساس اطلاعات آژانس ملی آمار، در قزاقستان ۵۳ دانشگاه دولتی وجود دارد که ۲۸۰ هزار دانشجو در آن‌ها مشغول به تحصیل هستند. از این تعداد ۵۷/۸ درصد زن هستند.

در قزاقستان حدود ۲۵ درصد از دانشجویان، کمک هزینه تحصیلی دریافت می‌کنند و حدود ۷۵ درصد آن‌ها شهریه می‌پردازند. تعداد دانشجویان خارجی در قزاقستان و همچنین تنوع ملیتی آن‌ها قابل ملاحظه است. در سال تحصیلی ۲۰۱۳ - ۲۰۱۲، دانشجویان با بیش از ۸۵ ملیت مختلف در قزاقستان تحصیل می‌کردند. از این افراد ۸۰/۸ درصد روس، ۱۲/۵ درصد ازبک، بین ۰/۷ تا ۱/۵ درصد اکراینی و تاتاری و بقیه از دیگر ملیت‌ها بودند. محبوب‌ترین رشته‌های دانشگاهی در قزاقستان به ترتیب تعلیم و تربیت (۲۳/۵ درصد)، علوم اجتماعی و بازرگانی (۱۹/۲ درصد) و رشته‌های فنی و مهندسی (۱۸/۶ درصد) هستند.

در آلمانی، سالانه تقریباً ۱۴۰ هزار نفر دانشجو وارد دانشگاه می‌شوند. محل اقامت در بزرگ‌ترین شهر کشور هزینه بالایی دارد و اغلب گران‌تر از هزینه تحصیل است. دانشجویان برای سکونت در اقامت‌گاه‌های مشترک نزدیک به پردیس دانشگاه، ماهانه ۳۰ هزار تنگه پرداخت می‌کنند. اگر فردی بخواهد به تنهایی اقامت‌گاهی اجاره کند، باید ماهانه ۵۰ هزار تنگه یا بیش‌تر بپردازد. اجاره یک اتاق خوابگاه در شهر، بین ۲۰ تا ۴۰ هزار تنگه است که سالانه پرداخت می‌گردد. در آلمانی، دانشجویان می‌توانند بلیط‌های وسایل نقلیه عمومی را ماهانه به مبلغ ۲۲۵۰ تنگه خریداری کنند. اما این فرصت همیشه در شهرهای کوچک‌تر وجود ندارد. تمام دانشگاه‌های بزرگ، خوابگاه دارند اما تعداد اتاق‌های خالی در آن‌ها بسیار محدود است. هزینه غذا در غذاخوری دانشجویان حدود ۵۰۰ تنگه است. قیمت یک صبحانه ساده از ۳۰۰ تنگه شروع می‌شود. برخی دانشجویان تلاش می‌کنند درآمد بیش‌تری داشته باشند تا بتوانند حداقل هزینه‌های روزانه خود را پوشش دهند و این اغلب منجر به از دست دادن کلاس‌ها و کم شدن نمرات می‌شود. بر اساس اطلاعات مجله مایسل^۵، در آلمانی برای این‌که بتوانید وکیل یا اقتصاددان شوید باید سالانه ۶۳۶ هزار تنگه هزینه کنید. تحصیل در دانشکده پزشکی به مراتب گران‌تر است و سالانه در حدود ۷۸۱ هزار تنگه هزینه دارد. در نتیجه برای جوانانی که والدین آن‌ها کارهایی با دستمزد پایین دارند (در حدود ۴۴ درصد جمعیت)، امکان داشتن تحصیلات عالی پایین است.

۴-۳-۳- تحصیلات در خارج از کشور

دانشجویان مشغول به تحصیل در خارج از قزاقستان را می‌توان در دو گروه طبقه‌بندی کرد. گروه اول دانشجویانی هستند که والدین آن‌ها استطاعت تأمین مخارج تحصیل در خارج از کشور را برای فرزند خود دارند. خانواده عموم این دانشجویان در بزرگ‌ترین شهرها یعنی آلماتی و آستانه زندگی می‌کنند. اما گروه دوم دانشجویانی هستند که از طریق برنامه‌های کمک مالی و بورس‌های تحصیلی مختلف در خارج از کشور تحصیل می‌کنند. بیش‌تر این دانشجویان کمک هزینه تحصیلی ارائه شده توسط بولاشاک^۱، یعنی برنامه کمک هزینه تحصیلی دولتی، را دریافت کرده‌اند.

در حال حاضر، سه گروه از کشورها برای ادامه تحصیل مورد علاقه دانشجویان قزاقستان هستند. فدراسیون روسیه پذیرای حدود ۳۰ درصد دانشجویان است. این دانشجویان معمولاً روسیه را به دلیل مجاورت و نزدیکی زبان انتخاب می‌کنند. گروه دوم شامل دانشگاه‌های ایالات متحده آمریکا، کانادا، انگلستان، آلمان، فرانسه و جمهوری چک می‌شود که ۵۰ درصد دانشجویان این کشورها را برمی‌گزینند. در نهایت گروه سوم، شامل دانشگاه‌های چین، کره جنوبی و مالزی است. با این که هنوز فارغ‌التحصیلان چین در رده‌های بالای دولت قزاقستان دیده نمی‌شوند، اما این امر در آینده قطعی خواهد بود. در سال‌های اخیر، درصد شرکت‌های چینی در بخش نفت و گاز قزاقستان افزایش قابل توجهی داشته که این امر به طور اجتناب ناپذیری تقاضا را برای متخصصین مسلط به زبان چینی بالا می‌برد.

دانشجویان قزاقستان بیش از سال‌های گذشته وقت خود را خارج از منزل می‌گذرانند. آن‌ها معمولاً تعطیلات خود را صرف مطالعه، مهمانی و یا سینما می‌کنند. پاتیناژ نسبت به گذشته رایج‌تر شده و آخر هفته‌ها دانشجویان بیش‌تری را به سوی خود جذب می‌کند. مشهورترین جشن‌ها برای دانشجویان، روز بین‌المللی دانشجویان (۱۷ نوامبر)، روز ولنتاین (۱۴ فوریه)، و روز زن (۸ مارس) است که در این روزها، دانشجویان برای دادن هدیه به کافه، سینما و یا کلوب می‌روند. برای افزایش علاقه دانشجویان به مطالعه، دانشجویان دانشگاهی در شهر آستانه، روز اهدای کتاب را بنیان نهادند که شنبه اول هر ماه آن را جشن می‌گیرند.

۵-۳-۳- آموزش بزرگسالان

بر اساس اطلاعات سال ۲۰۱۲ سازمان یونسکو، دولت به لحاظ مالی نسبت به آموزش بزرگسالان غفلت ورزیده است و این موضوع عمدتاً به بخش خصوصی، سازمان‌های بین‌المللی و سازمان‌های غیردولتی واگذار شده است. برای آموزش بزرگسالان، انجمن‌های آموزشی تأسیس شده است. این انجمن‌ها هم در مناطق



شهری و هم در مناطق روستایی وجود دارند و توسط اعضای انجمن اداره می‌شوند. هدف این انجمن‌ها توسعه دوره‌های آموزشی با توجه به نیازهای فردی اعضاء است.

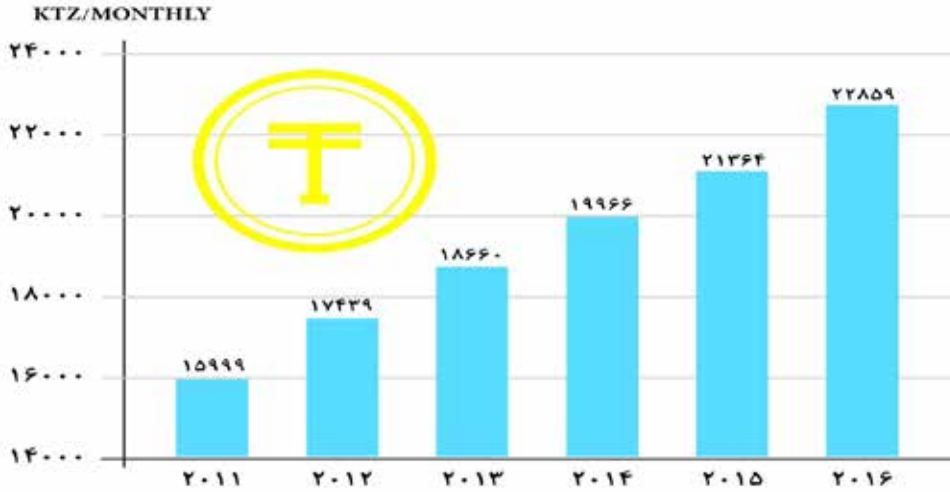
برنامه‌های آموزشی این انجمن‌ها عبارتند از زبان‌های خارجی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، بهداشت، خیاطی، نجاری، آموزش نیمه‌حرفه‌ای و برنامه‌های توانمندسازی برای کل اعضاء جامعه. این مراکز عمدتاً در مناطق آلماتی و زامبیل^{۵۲} قرار دارند. برخی دانشگاه‌های خصوصی مانند کیمپ^{۵۳} نیز دوره‌های تخصصی بدون مدرک برای بزرگسالان برگزار می‌کنند که هزینه این دوره‌ها معادل نصف هزینه‌های دوره تخصصی با ارائه مدرک است. با توجه به فضای مثبت سرمایه‌گذاری در بازار قزاقستان، بسیاری از سرمایه‌گذاران خارجی در حال ایجاد دفاتر منطقه‌ای در این کشور هستند. در نتیجه، تقاضا برای دوره‌های زبان انگلیسی در آموزشگاه‌های زبان خصوصی در حال افزایش است. لازم به ذکر است با توجه به سطح علمی پایین کارکنان آموزشی یادگیری زبان در دانشگاه‌ها رایج نیست.

۴-۳- عادات‌های کاری

۴-۳-۱- شرایط کاری

طبق قانون کار، روزهای کاری در قزاقستان روزهای دوشنبه تا جمعه است. بنابراین با احتساب یک ساعت توقف برای صرف ناهار، در مجموع ساعات کاری به هشت ساعت در روز و ۴۰ ساعت در هفته می‌رسد. البته دولت درصدد افزایش ساعات کار از هشت به نه ساعت در روز است. کارگران بین سنین ۱۴ تا ۱۶ سال مجاز به کار بیش از ۲۴ ساعت در هفته نیستند و تعداد ساعات کار برای افراد ۱۶ تا ۱۸ سال نیز نباید از ۳۶ ساعت در هفته تجاوز کند. اضافه کاری ماهانه در شرایط عادی حداکثر به ۱۲ ساعت می‌رسد که باید با نرخی معادل ۱۵۰ درصد دستمزد عادی جبران شود. حقوق پرداختی برای شیفت شب نیز باید معادل ۲۰۰ درصد دستمزد عادی باشد. در چند سال اخیر، حداقل دستمزد در قزاقستان تقریباً سالانه هفت درصد افزایش یافته است. طبق همین قاعده در ژانویه سال ۲۰۱۶ حداقل دستمزد مجدداً هفت درصد افزایش یافت و از ۲۱/۳ هزار تنگه به ۲۲/۸ هزار تنگه رسید.

نمودار (۳-۱): حداقل دستمزد ماهانه نیروی کار در قزاقستان



منبع: وبسایت Trading economics

در ژانویه ۲۰۱۶ در بازار کار قزاقستان، متوسط حقوق نیروی کار ماهر ۱۱۰ هزار تنگه، متوسط حقوق نیروی کار غیرماهر ۶۰ هزار تنگه و متوسط حقوق نیروی کار در صنایع کارخانه‌ای ۱۴۷ هزار تنگه بوده است. در این کشور سن بازنشستگی برای مردان ۶۳ سال و برای زنان ۵۸ سال است.

نمودار (۳-۲): متوسط حقوق ماهانه نیروی کار بر حسب مهارت



منبع: وبسایت Trading economics



حداقل مرخصی سالانه نیروی کار در قزاقستان ۲۴ روز کاری است که البته شامل تعطیلات رسمی نمی‌شود. طبق قانون کار، کارکنان مشغول به کار در شرایط خطرناک و کارمندان معلول باید روزهای تعطیل بیشتری داشته باشند. مرخصی زایمان ۱۲۶ روز است که در موارد خاص می‌تواند تا ۱۴۰ روز افزایش یابد. با وجود مقررات اداری استخدامی فوق، اغلب از افراد خواسته می‌شود در روزهای کاری یا در پایان هفته، مدت طولانی‌تری و به صورت بدون دستمزد در محل کار بمانند. این امر به خصوص در سازمان‌های دولتی بسیار معمول است. اگرچه برای بسیاری از افراد مجرد این امر قابل تحمل است اما برای کارگرانی که دارای خانواده هستند، تحمل آن دشوار است.

قانون کار قزاقستان به کارگران این حق را می‌دهد که بدون نگرانی نسبت به از دست دادن شغل، از موقعیت‌های کاری خطرناک که سلامت و امنیت آن‌ها را به خطر می‌اندازد خارج شوند. با این حال، در عمل و به ویژه در صنعت ساخت و ساز، کارگران همیشه قادر نیستند بدون ریسک از دست دادن شغل از این حق خود استفاده کنند.

علی‌رغم رکود اقتصادی سال‌های اخیر، آمارهای رسمی از ثبات نسبی نرخ بیکاری حکایت دارد. یکی از مهم‌ترین دلایل عدم افزایش آمار رسمی نرخ بیکاری، پایین بودن مستمری بیکاری و همچنین عدم تمایل کارگران به پذیرفتن مشاغل جایگزینی است که سازمان متولی کار به بیکاران پیشنهاد می‌دهد. در نتیجه افراد بیکار تمایل زیادی به ثبت نام به عنوان بیکار ندارند. در آغاز سال ۲۰۱۶، حداکثر مستمری بیکاری در حدود ۲۵ هزار تنگه بوده است. این در حالی است که بر اساس برآوردهای انجام شده در سپتامبر ۲۰۱۶ دستمزد تأمین کننده هزینه زندگی برای هر فرد^{۵۴} ۸۵ هزار تنگه و دستمزد تأمین کننده هزینه زندگی خانواده^{۵۵} ۱۳۸ هزار تنگه است. بنابراین مستمری بیکاری به ویژه برای شهرهای بزرگ بسیار ناچیز است. از طرفی رویه رسمی برای بیکار شدن نیز پیچیده، خسته‌کننده و وقت‌گیر است و بعید است بسیاری از کارکنان اخراج شده با مدارک تحصیلی دانشگاهی موافقت کنند که در مشاغل پیشنهادی همچون لوله‌کشی یا نقاشی کار کنند. بنابراین، افراد اغلب تمایل ندارند که به طور رسمی به عنوان بیکار ثبت شوند و ترجیح می‌دهند خود به دنبال شغل باشند. در نتیجه در حال حاضر بسیاری از افراد بیکار ثبت شده، زنان و روستاییان هستند که البته برای این افراد نیز مستمری بیکاری، تنها منبع درآمد نیست بلکه پول اندکی است که صرفاً می‌تواند مفید باشد. زنان بیکار در کنار مستمری بیکاری با درآمد همسرانشان زندگی می‌کنند و وقت خود را صرف مراقبت از خانه و خانواده می‌کنند. روستاییانی که به عنوان بیکار ثبت نام شده‌اند نیز تمایلی به جستجوی شغل ندارند. برای بسیاری از آن‌ها، فروش محصولات باغ‌ها و مزارعشان،

54 . Living Wage Individual

55 . Living Wage Family

منبع اصلی امرار معاش به شمار می‌رود.

در طرف مقابل کارفرمایان نیز در واکنش به رکود اقتصادی اخیر، به جای اخراج کارکنان، با کاهش دستمزد یا مرخصی بدون حقوق، هفته کاری برخی از آنان را یک یا دو روز کاهش داده و بدین ترتیب تا حدود زیادی در هزینه دستمزد صرفه‌جویی کرده‌اند. این امر بیش از هرچیز، ساکنان شهرک‌های تک کارفرمای کوچک را تحت تأثیر قرار می‌دهد زیرا کارکنان این شهرک‌ها گزینه‌های جایگزین شغلی محدودی دارند.

۲-۴-۳- الگوی تغذیه در محل کار

با وجود افزایش محبوبیت رستوران‌های فست‌فود در سال‌های اخیر، برای کارگران قزاقستان، فست‌فود محبوب‌ترین انتخاب محسوب نمی‌شود. کارگران، مواد غذایی خانگی یا غذاهای مشابه را به رستوران و کافه ترجیح می‌دهند. البته کارمندان با درآمد متوسط ترجیح می‌دهند به نهارخوری‌های عمومی واقع شده در مناطق مختلف شهر مراجعه کنند که غذاهای درجه اول و درجه دوم و اسنک‌ها را با قیمت‌های نسبتاً مناسب ارائه می‌دهد. در یک نظرسنجی که اخیراً از زنان شاغل قزاقستان انجام شده است، ۵۰ درصد افراد بیان کردند که برای خود از منزل غذا می‌آورند. ۱۸ درصد افراد اظهار کرده‌اند که در صورت وجود غذاخوری خوب، به آن‌جا مراجعه می‌کنند. ۱۷ درصد ترجیح می‌دهند برای نهار به نزدیک‌ترین کافه مراجعه کرده و یا با خدمات تحویل غذا تماس بگیرند و در نهایت ۱۵ درصد افراد ترجیح می‌دهند در ساعات صرف نهار در محل کار بمانند، نودل فوری بپزند یا این‌که تنقلات و شکلات بخورند. آمارها نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۴، قزاقستان نزدیک به ۴۴ میلیون دلار پاستای آماده، ۱۸۹ میلیون دلار انواع کیک، شیرینی، نان و بیسکویت و معادل ۲۱۳ میلیون دلار شکلات در انواع و اندازه‌های مختلف وارد کرده است. بنا به آمارهای گمرک جمهوری اسلامی ایران در سال ۹۴ ایران معادل ۴۱ هزار دلار انواع بیسکویت، شیرینی، ویفر و شکلات به قزاقستان صادر کرده است.

۳-۴-۳- الگوی پوشش در محل کار

قوانین پوشش در ادارات نسبتاً محافظه‌کارانه است. مردان اغلب کروات و کت شلوار، عمدتاً شلوار تیره و پیراهن سفید یا رنگ روشن می‌پوشند. در سازمان‌های دولتی، قوانین پوشش سختگیرانه‌تر از شرکت‌های خصوصی است. زنان دوست دارند به طور رسمی لباس بپوشند که این تا حد زیادی به استانداردهای آمریکای شمالی و اروپا شبیه است. برخی از زنان هزینه غذای خود را پس انداز می‌کنند تا بتوانند آخرین لباس‌های مد روز را بخرند. اگرچه قزاقستان یک کشور مسلمان است، هیچ قانون پوشش مشخصی برای زنان در آلماتی وجود ندارد. مردم قزاق خود را مسلمان مدرن می‌دانند و زنان به شیوه‌ای که دوست دارند لباس می‌پوشند و بیش‌تر سبک‌های غربی را دنبال می‌کنند.



نوع پوشش در سازمان‌های خارجی و محلی با یکدیگر متفاوت است و توسط مدیریت مشخص می‌گردد. به گفته یکی از مراجعین آژانس کاریابی هدهانت^۶، زمانی که او در یکی از شرکت‌های آمریکایی مشغول به کار بوده، همه افراد به جز مدیران عالی‌رتبه، اجازه داشتند آزادانه لباس بپوشند. پس از این که مدیریت سازمان به روس‌ها محول شد، همه موظف به پوشیدن لباس فرم شدند. پیمایش انجام شده توسط هدهانت نشان می‌دهد که در ۳۳ درصد از شرکت‌ها شدت کنترل بر پوشش کم است و نیاز ۲۸ درصد شرکت‌ها این است که کارمندانشان به صورت کلاسیک لباس بپوشند، با این حال این کارمندان روزهای جمعه اجازه پوشیدن شلوار جین را دارند و تنها پنج درصد آنان لباس فرم می‌پوشند. نیروهای امنیتی نیز این اختیار را دارند تا از برخی بازدیدکنندگان سازمان‌های دولتی به صورت غیررسمی این درخواست را داشته باشند که مطابق با قوانین آن‌ها لباس بپوشند.

۴-۳-۴- زنان در محل کار

قزاقستان چندین توافقنامه بین‌المللی را برای کسب اطمینان از برابری جنسیتی در تمام ابعاد زندگی تصویب نموده است. در قانون اساسی این کشور نیز فرصت‌های برابری برای بانوان و آقایان تعیین گردیده است. در دسامبر ۲۰۰۹، رئیس جمهور، قانون برابری جنسیتی جدیدی را امضاء کرد که به موجب آن هرگونه تبعیض جنسیتی ممنوع است.

در مقوله اشتغال، بانوان و مردان دارای حقوق برابر هستند. با این حال، قانون، کار فیزیکی سنگین و شرایط مضر و خطرناک را برای بانوان ممنوع کرده است. همچنین اخراج بانوان باردار و بانوان دارای فرزند نیز ممنوع است. بانوان برای اموری همچون زایمان و نگهداری از فرزند خود و در صورت داشتن کودک زیر سه سال، اجازه مرخصی و کار پاره وقت را دارند. در عین حال، سیاست برابری جنسیتی مانع از تبعیض مثبت علیه بانوان نیست. یکی از تبعیض‌های مثبت، تصویب سن بازنشستگی بانوان در ۵۸ سالگی و سن بازنشستگی مردان در ۶۳ سالگی است. شاخص فعالیت اقتصادی و شاخص بیکاری بلندمدت، مثال‌هایی از حرکت مثبت به سوی برابری جنسیتی هستند.

با این حال، اقدامات انجام شده تمام تبعیض‌ها را پوشش نمی‌دهد. برای مثال می‌توان به ترجیح استخدام کارمندان مرد، بانوان مجرد یا بدون بچه نسبت به بانوان بچه‌دار توسط کارفرمایان اشاره کرد. دلیل این امر آن است که کارفرمایان مجبور نیستند به بانوان برای نگهداری از کودکانشان مرخصی دهند. در زمینه کسب و کار، بانوان قزاقستانی در مقایسه با بانوان اروپایی فعالیت کم‌تری دارند زیرا به طور دائم با مسائل سنتی رو به رو می‌شوند که به آنان اجازه کار نمی‌دهد و اجباراً باید در خانه بمانند.

نگاهی به اموال خرد و کلان و شاخص‌های درآمد نشان می‌دهد که بانوان به لحاظ اقتصادی وضعیت

نابرابری نسبت به آقایان دارند. اگرچه اختلاف دستمزد بین کارمندان زن و مرد کمی کاهش یافته است اما تفاوت هنوز هم قابل توجه است. با این حال عدم تعادل جنسیتی عمدتاً در مشاغل مانند خدمات درمانی و آموزشی و همچنین در میان کارگران خوداشتغال به نفع بانوان است. در حدود ۷۴ درصد از کارکنان خدمات آموزشی، حدود ۷۲ درصد از کارکنان خدمات درمانی و نزدیک به ۷۳ درصد کارکنان خوداشتغالی‌های خانگی بانوان هستند. معاون وزیر کار و تأمین اجتماعی با اشاره به برنامه اشتغال سال ۲۰۲۰ عنوان کرده است که تا سال ۲۰۱۸ بیش‌ترین تعداد ممکن از میان بانوان با اولویت بانوان روستایی، شاغل و یا خود اشتغال خواهند شد.

۵-۴-۳ - رفت و آمد به محل کار

سیستم حمل‌ونقل عمومی در قزاقستان نسبتاً توسعه یافته است و شهرهای بزرگی همچون آلماتی، آستانه و شیمکنت، از توسعه یافته‌ترین زیرساخت‌ها برخوردار شده‌اند. با این حال، بسیاری از مردم ترجیح می‌دهند با ماشین خود به محل کار بروند. از این رو، با توجه به وضعیت بد آلودگی هوا در آلماتی که ۸۰ درصد آن به دلیل وسایل نقلیه موتوری است، شهرداری مردم را به استفاده از دوچرخه تشویق می‌کند. در آلماتی، ۵۲۰ هزار وسیله نقلیه موتوری توسط ۱/۴ میلیون نفر استفاده می‌شوند. بر خلاف غرب، زندگی در حومه و رفت و آمد به مرکز شهر برای کار رایج نیست و مردم ترجیح می‌دهند در داخل شهر خانه اجاره کرده یا بخرند. دولت در نظر دارد برای مبارزه با آلودگی هوا در سال‌های آینده، ۱۳ مرکز کنترل آلودگی در اطراف آلماتی احداث کند که روزانه ۲۰۰ هزار ماشین را کنترل و انطباق آن‌ها را با مقررات زیست محیطی بررسی نمایند.

تمام شهرهای بزرگ دارای شبکه گسترده‌ای از اتوبوس‌ها، اتوبوس‌های برقی و مینی بوس هستند، در کنار این‌ها آلماتی از تراموا نیز برخوردار است. کرایه مینی‌بوس‌ها که اصطلاحاً مارشروتکاس^{۵۷} نامیده می‌شوند از اتوبوس‌ها بیش‌تر است. اما مزایای آن نظم بیش‌تر و توقف در مکان‌های مورد تقاضا است. با این حال، گاهی اوقات به دلیل وجود برف و یا گل و لای بر سطح جاده‌ها در زمستان، رانندگان مینی‌بوس‌ها از عبور و مرور به حومه شهر خودداری می‌کنند. در نتیجه، ساکنان این مناطق برای رفتن به مدرسه یا محل کار، باید پیاده‌روی کرده و یا از ماشین‌های در حال عبور درخواست کنند تا آن‌ها را به مقصد برسانند.

کرایه اتوبوس‌ها، اتوبوس‌های برقی و تراموا در شهرها بین ۳۵ تا ۶۰ تنگه است، اما هزینه مترو که از سال ۲۰۱۱ فعالیت خود را آغاز کرده، ۸۰ تنگه است. میانگین کرایه تاکسی در شهرهای بزرگ از ۲۰۰ تنگه برای هر کیلومتر و در شهرهای کوچک از ۱۰۰ تنگه برای هر کیلومتر شروع می‌شود. بین ژوئن ۲۰۱۱ و سپتامبر ۲۰۱۲، هزینه حمل‌ونقل عمومی در ۱۲ شهر از ۱۶ شهر بزرگ قزاقستان، تقریباً به طور متوسط



یک چهارم افزایش داشته است. این افزایش اثری منفی بر بازار کار داشته است. به طور مثال، پس از افزایش کرایه به ۸۰ تنگه، بسیاری از ساکنان آلماتی تصمیم گرفتند کاری در نزدیکی محل زندگی خود پیدا کنند تا از هزینه‌های رفت و آمد بکاهند.

تعداد زیادی پارکینگ در سراسر شهر به صورت پراکنده ساخته شده‌اند اما با توجه به خیابان‌های باریک و عادت‌های بد در پارک کردن، هنوز هم مشکلاتی در این زمینه وجود دارد. افزایش مداوم اتومبیل‌ها منجر به ایجاد ازدحام در مناطق مرکزی شهرهای بزرگ شده و در نتیجه ترافیک را به موضوعی رایج تبدیل کرده است که این با عادت‌های بد پارک کردن، آمیخته شده است. مردم ۲۰ تا ۳۰ دقیقه از زمان خود را در طول روز در این ترافیک‌ها به سر می‌برند. به جز مناطق پرجمعیت که در آن‌جا پارکینگ هزینه دارد و این هزینه نهایتاً ۱۰۰ تنگه است، در دیگر مناطق پارکینگ‌ها عمدتاً رایگان است.

۶-۴-۳- کارهای جایگزین

کار پاره وقت تنها در میان نسل جوان و دانشجویانی متداول است که باید برای تأمین هزینه‌های خود کار کنند. عمده این کارها در زمینه میزبانی و رستوران است. بر اساس قانون کار، کارکنان این اجازه را دارند که یک روز کاری خود را به چند شیفت تقسیم کنند ولی نمی‌توانند دو شیفت پی‌پی کار کنند.

طبق اطلاعات آژانس ملی آمار قزاقستان، در میان شاغلین این کشور سهم افراد خود اشتغال از ۳۱ درصد در سال ۲۰۱۲ به ۲۷ درصد در سال ۲۰۱۵ کاهش پیدا کرده است. این افراد شامل کارآفرینان خصوصی، کارگران مزارع کشاورزی، تعاونی‌ها و کسب‌وکارهای کوچک مانند کافه‌ها، آرایشگاه‌ها، خشک‌شویی‌ها، ایستگاه‌های خدماتی و غیره هستند. بسیاری از این مشاغل در بازار یا به صورت کسب‌وکارهای خیابانی هستند. بخش زیادی از آن‌ها توسط واسطه‌ها انجام می‌گیرد و تولید کننده در آن نقشی ندارد. خود اشتغالی در قزاقستان تقریباً به‌طور مساوی بین زنان و مردان توزیع شده است. به علاوه تعداد زنان در این زمینه در حال افزایش است. مقوله خود اشتغالی پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی شدت گرفت و دلیل اصلی آن انگیزه کسب درآمد در میان زنان و مردان قزاقستانی بود.

طبق اظهارات وزارت کار و حفاظت اجتماعی، افزایش خوداشتغالی به دلیل ناتوانی قزاقستان در آموزش افراد برای رویارویی با نیازهای بازار بوده است. تحلیل اقتصادی انجام شده توسط مرکز راکورس^{۵۸} نیز نشان می‌دهد که متوسط درآمد خوداشتغالی حتی از متوسط درآمد ملی کم‌تر است.

بحران اقتصادی، کارفرمایان قزاقستان را وادار کرده است که بیش‌تر احتیاط کنند. در نتیجه، تقاضا برای کارهای حق‌الزحمه‌ای افزایش یافته است. بسیاری از کارفرمایان در مقررات منابع انسانی خود تجدید نظر کرده‌اند. این موضوعی کاملاً روشن است که کارهای با نیروی کار حق‌الزحمه‌ای در مقایسه با کارهای با

نیروی کار ثابت هزینه کمتری دارد. بررسی‌های اخیر در مورد کارفرمایان آلمانی نشان می‌دهد که ۶۲ درصد آن‌ها کار حق‌الزحمه‌ای و دورکاری را قبول دارند. ۲۲ درصد اعتقاد دارند که این شیوه تنها در بعضی موارد، امکان پذیر است و در نهایت ۱۶ درصد با این موضوع مخالفند. نیروهای کار حق‌الزحمه‌ای بیش‌تر به کارهایی همچون خدمات ترجمه، طراحی نرم‌افزار و وب‌سایت می‌پردازند که اخیراً توسعه زیادی پیدا کرده‌اند. درآمد اینگونه مشاغل مشخص نیست و به افت و خیز قیمت‌ها بستگی دارد. اگرچه این افراد از کلاهبرداری در امان نبوده و از حقوق بازنشستگی بهره‌مند نمی‌گردند، اما به علت نفوذ اینترنت و کامپیوتر در میان مردم، تعداد آن‌ها در حال افزایش است.

۷-۴-۳- بازنشستگی

تعداد بازنشستگان قزاقستان بالغ بر ۱/۷ میلیون نفر و یا به عبارتی در حدود ۱۰ درصد جمعیت است. در قزاقستان، حداقل سال‌های اشتغال برای مردان ۲۵ و برای زنان ۲۰ سال است. از اول ژانویه ۲۰۱۳، حداقل مستمری بازنشستگان ۱۹ هزار تنگه و حداکثر مستمری بازنشستگان ۶۷ هزار تنگه تعیین شده است. از ابتدای این سال، قزاقستان به تدریج با کاهش نیروی کار جوان و همزمان افزایش مستمری بگیران مواجه شده است. این روند که طبق پیش‌بینی‌ها تا پنج سال آینده نیز تداوم خواهد داشت دو علت عمده دارد؛ اولاً، متولدین سال‌های پس از ۱۹۹۵ یعنی متولدین دوره پس از استقلال کشور که در آن نرخ رشد جمعیت تقریباً پایین بود، در حال ورود به بازار کار هستند. دوماً، نیروی کاری که در زمان انفجار جمعیت یعنی دوره بعد از جنگ متولد شده‌اند، از سن کار خارج شده و به جرگه مستمری بگیران می‌پیوندند و این موضوع مسئولیت سنگینی را بر دوش نیروی کار خواهد گذاشت. در سال ۲۰۱۵ بار تکفل سالمندان یعنی تعداد افراد بالای ۶۵ سال به ازای هر شخص ۱۵ تا ۶۴ سال معادل ۱۰ درصد بوده است که انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۰ به ۱۲/۳ درصد برسد.

در قزاقستان، مستمری بازنشستگی نسبت به دیگر کشورهای اتحاد جماهیر شوروی سابق تقریباً بالاتر و از کشورهای توسعه یافته پایین‌تر است. اکثر مستمری بگیران در این کشور همانند دیگر مناطق اتحاد جماهیر شوروی، بعد از بازنشستگی نیز برای افزایش درآمد خود، به کار کردن ادامه داده و عمدتاً در فعالیت‌های کارآفرینی یا اجتماعی مشغول هستند.

۵-۳- عادات‌های غذا خوردن

۱-۵-۳- غذا خوردن در خانه

در اکثر غذاهای سنتی قزاقستان، گوشت گوسفند و اسب و همین‌طور انواع فرآورده‌های شیر مانند شیر اسب (کومیس)، شیر شتر (شوبات) و شیر گاو وجود دارد. غذاهای سنتی قزاقستان به شدت از سبک



زندگی عشایری مردم تأثیر پذیرفته است. گوشت در انواع مختلف، همواره یکی از مواد اولیه غذاهای مردم بوده است. غذاهای سنتی قزاقستان آب‌پز می‌شود. گوشت گوسفند و اسب از محبوب‌ترین گوشت‌ها است و اغلب به صورت تکه‌های بزرگ تهیه می‌شود. محبوب‌ترین غذای قزاقستان بشبارماک^{۵۹} نام دارد که با دست خورده می‌شود. بشبارماک از تکه‌های بزرگ گوشت آب‌پز درست می‌شود که اندازه تکه‌های گوشت با توجه به میزان اهمیت مهمان توسط میزبان بریده می‌شود.

در یک دهه گذشته، غذاهای مردم قزاقستان به‌طور قابل توجهی تغییر یافته است. اغلب خانواده‌های مدرن قزاقستانی، غذاهای اروپایی را از اوکراین، روسیه، بلاروس و حتی آلمان الگوبرداری می‌کنند. بسیاری از غذاها از غذاهای قفقازی، دونگانی (مردم مسلمان با ریشه چینی)، ازبکی، اویغوری، تاتاری و کره‌ای گرفته شده است. اخیراً سبزیجات، میوه‌ها، ماهی، غذاهای دریایی، غذاهای پختنی و شیرینی به لیست مواد غذایی محبوب مردم اضافه شده است. معمولاً چای به همراه غذاهای سنتی و در تشریفات مذهبی نوشیده می‌شود. مردم قزاقستان به طور سنتی چای سیاه را ترجیح می‌دهند.

پس از بحران ۲۰۰۸ و تا مدتی پس از آن، افراد غذاهای خود را در خانه طبخ می‌کردند تا بتوانند هزینه رستوران یا کافه را پس‌انداز کنند. در حقیقت مردم دست از خرید نکشیدند بلکه مصرف آن‌ها منطقی‌تر شد. علاوه بر این، پخت و پز و خوردن غذا در منزل بنا به دلایلی چون تقویت پیوندهای خانوادگی، تمایل بیش‌تر به غذای طبخ شده در منزل و همین‌طور قیمت پایین‌تر از محبوبیت زیادی برخوردار است. بسیاری از مصرف‌کنندگان به دلیل هزینه بالا، نمی‌توانند هر روز بیرون از خانه غذا میل کنند. در عین حال بسیاری از قزاقستانی‌ها بیش‌تر درآمد خود را صرف غذا می‌کنند.

محبوبیت استفاده از مواد اولیه به صورت کنسرو در حال افزایش است و قوطی‌های کنسرو عملاً در هر فروشگاه مواد غذایی یافت می‌شود. افراد شاغل وقت کم‌تری برای آشپزی در منزل دارند. بنابراین مواد غذایی آماده می‌خرند، به خانه می‌آورند و با خانواده میل می‌کنند. به علاوه، بسیاری از افراد جوان و مجردها نودل فوری با برندهایی مانند رولتون^{۶۰} یا بیگ‌بون^{۶۱} می‌خرند یا انواع مختلف فست‌فود را از طریق تلفن یا اینترنت سفارش می‌دهند. در مجموع بیش‌ترین مواد غذایی مصرف شده هنوز هم گوشت، نان و غلات است در حالی که کم‌ترین مواد مصرف شده ماهی و غذاهای دریایی است.

۲-۵-۳- غذا خوردن بیرون از خانه

غذا خوردن بیرون از خانه به تدریج در حال گسترش است. زیرا درآمد سرانه افراد رو به افزایش است و

59 . Beshbarmak

60 . Rollton

61 . Big Bon

افرادی که کار می‌کنند زمان کم‌تری برای غذا پختن در اختیار دارند. میزان صرف غذا در بیرون از خانه بین مناطق شهری و روستایی متفاوت است. شهرنشینان نسبت به افراد ساکن در مناطق روستایی تمایل بیشتری به صرف غذا بیرون از خانه دارند. شهرهای پیشرو در این زمینه آلماتی و آستانه هستند که در آن‌ها هزینه سرانه صرف غذا در خارج از خانه بیش‌ترین مقدار است.

محبوبیت غذاهای فست‌فودی به کندی در حال افزایش است. البته این نوع مواف غذایی در سراسر کشور به طور یکسان در دسترس نیست. مکان‌های عرضه کننده غذاهای آماده اکثراً در شهرهای آستانه و آلماتی قرار دارند. حتی در آلماتی، جایی که انواع مکان‌های غذاخوری در دسترس است، فست‌فود هنوز خیلی محبوبیت ندارد. از سال ۲۰۰۹، رستوران‌های جدیدی افتتاح شده است که جایگزین‌های خوبی برای فست‌فودهای سنتی هستند. از جمله این رستوران‌ها می‌توان به دک‌های خیابانی با نام رد دراگون^{۶۲} (اژدها قرمز) که فست‌فود چینی می‌فروشند و همین‌طور چادرهای غذایی بقموت^{۶۳} اشاره کرد که همبرگر را در مقابل مشتری طبخ می‌کند. علاوه بر این، اخیراً امکان تحویل غذا در داخل ماشین توسط روستیک-کی‌اف‌سی^{۶۴} فراهم شده است که به مشتریان این فرصت را می‌دهد بدون ترک کردن ماشین غذای خود را دریافت کنند. معروف‌ترین مکان‌هایی که هم غذای سنتی و هم فست‌فود سرو می‌کنند دسترخوان^{۶۵}، یوبیلینی^{۶۶} و استولیچنی^{۶۷} هستند.

ورود برگرکینگ^{۶۸} یک رویداد مهم برای مصرف‌کنندگان بود که ۶ شعبه در آلماتی گشود و بر طبق برنامه‌ریزی‌ها تا سال ۲۰۱۷ تعداد شعب آن به ۵۰ می‌رسد. بزرگ‌ترینین رقیب آن یعنی کی‌اف‌سی^{۶۹} بنا دارد در کوتاه‌مدت ۱۱ شعبه افتتاح کند. ۷ شعبه در آلماتی و ۴ شعبه در آستانه. با این وجود با توجه به مقیاس کشور تعداد شعب هنوز کم است.

مفهوم فست‌فود هنوز برای بسیاری از قزاقستانی‌ها به خوبی جا نیفتاده است. از دید آن‌ها یک شعبه فست‌فود مانند یک کافه است که دیوار و سقف دارد و مشتری‌ها می‌توانند آن‌جا با دوستان خود بنشینند و اوقاتی سپری کنند. شعبه‌های فست‌فود لزوماً غذاهای فوری ارائه نمی‌کنند بلکه به عنوان مکانی برای دور هم جمع شدن خانواده‌ها در نظر گرفته می‌شوند. شعب فست‌فود بیش‌تر مورد علاقه کودکان است.

62 . Red Dragon

63 . Begemot

64 . Rostik's-KFC

65 . Dastarkhan

66 . Yubileyniy

67 . Stolichniy

68 . Burger King

69 . KFC



فروشگاه‌های فست‌فود به سبک غربی در قزاقستان بیش‌تر به دکه‌های مواد غذایی خیابانی و محلی شباهت دارد.

غذا خوردن در محیط کار با همکاران اخیراً محبوبیت زیادی به دست آورده است. در این خصوص شعبه‌های مختلف رستوران‌های زنجیره‌ای تودی^{۷۰} خدمات رستورانی با کیفیت و سریعی را در محیط کار به مشتریان ارائه می‌دهند. تقاضا برای غذاهای اروپایی در حال افزایش است. در سال‌های اخیر چندین رستوران ایتالیایی و فرانسوی در قزاقستان افتتاح شده‌اند. افزایش تقاضا برای این رستوران‌ها را می‌توان از طریق افزایش تعداد نیروی کار مهاجری که در سازمان‌های بین‌المللی در شهرهای آستانه و آلماتی مشغول به کار هستند، توضیح داد.

۳-۵-۳- فرهنگ کافه‌نشینی

گرایش به نوشیدن قهوه در قزاقستان در حال افزایش و به تبع آن تقاضای قهوه در این کشور رو به رشد است. تقاضای قهوه بین تجار حرفه‌ای، افراد مهاجر، دانشجویان و افراد جوان بیش‌تر است. به گفته کارشناسان این صنعت، افزایش تقاضا برای قهوه باعث کاهش تقاضای چای سیاه سنتی شده است. برگزاری نمایشگاه "چای، قهوه و کاکائو" یکی از نشانه‌های گسترش فرهنگ مصرف قهوه است. این نمایشگاه در سال ۲۰۱۱ در آستانه برگزار شد و در آن باریستاها (قهوه‌چی‌ها) از کشورهای مستقل مشترک‌المنافع (SIC) با هم به رقابت پرداختند.

به گفته تاجران قهوه، ۹۶ درصد از مصرف‌کنندگان قهوه در قزاقستان، قهوه فوری را به قهوه تازه دم‌شده ترجیح می‌دهند. در مجموع ۶۰ درصد از جمعیت شهری نیز قهوه را ترجیح می‌دهند. آن‌ها روز خود را با نوشیدن یک فنجان قهوه انرژی‌زا آغاز می‌کنند. در میان مصرف‌کنندگان قهوه، ۷ درصد افراد، روزانه بیش از ۴ فنجان قهوه می‌نوشند. مصرف بیش‌تر افراد در حد متوسط و روزانه ۲ یا ۳ فنجان قهوه است. بیش از ۴۰ درصد نیز فقط روزی یک فنجان یا کم‌تر مصرف می‌کنند. حدود یک چهارم مصرف‌کنندگان قهوه هم به ندرت و در حد دو یا سه بار در ماه قهوه می‌نوشند. قزاقستانی‌ها به‌طور متداول قهوه فوری را در ظروف شیشه‌ای خریداری می‌کنند؛ قوطی‌های آلومینیومی برای قهوه کم‌تر رایج هستند. زمانی که هیچ گزینه دیگری موجود نباشد قهوه‌های بسته‌بندی در مقیاس کوچک برای استفاده در یک وعده مورد توجه است. این نوع بسته‌بندی معمولاً برای سفر خریداری می‌شود. برخلاف چای، محبوبیت قهوه بستگی به شرایط اقتصادی مصرف‌کنندگان دارد. زمانی که وضع مالی مردم رو به راه نباشد، آن‌ها به سمت نوشیدنی‌های ارزان‌تر متمایل می‌شوند.

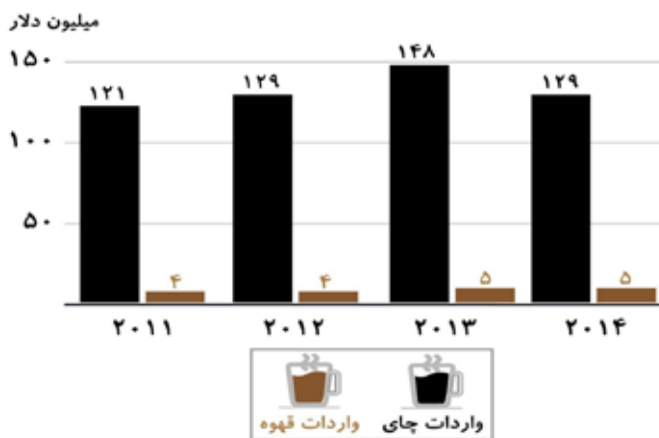
در قزاقستان تعداد زیادی کافی‌شاپ مطرح مانند بلک و براون^{۷۱}، بون‌بون^{۷۲}، میدلین^{۷۳}، کافی‌مکس^{۷۴}، سینارپاستانسی^{۷۵} و کافه دلیا^{۷۶} وجود دارد. بر اساس گزارش مجله آنلاین وی‌لست^{۷۷}، استارباکس^{۷۸} در آینده نزدیک هیچ برنامه‌ای برای ورود به بازار قزاقستان ندارد. اخیراً فوربز^{۷۹} اعلام کرده است که یکی از برندهای کافی‌شاپ انگلیسی به نام کاستاکافی^{۸۰} قصد دارد تا سال ۲۰۱۷ کافی‌شاپ‌هایی در قزاقستان افتتاح کند. با این وجود، مصرف‌کنندگان واقعی قهوه یک سوم مصرف‌کنندگان را تشکیل می‌دهند. ظاهر کافی‌شاپ‌های قزاقستان بیش‌تر شبیه کافه‌های سنتی است تا کافه‌های کلاسیک غربی. علاوه بر این، در کافی‌شاپ‌ها طیف وسیعی از نوشیدنی‌ها و همین‌طور کوکتل سرو می‌شود. برخی از کافی‌شاپ‌ها آبجو و غذاهای گرم سرو می‌کنند. عملاً همه کافی‌شاپ‌ها قهوه بیرون‌بر می‌فروشند. در بسیاری از کافی‌شاپ‌ها اینترنت رایگان با انواع مختلف مجلات و روزنامه‌های رایگان در اختیار افراد است. مشتریان می‌توانند از زمان خود با نوشیدن قهوه در یک مکان آرام لذت ببرند.

اگرچه فرهنگ نوشیدن قهوه در حال رشد است، هنوز نوشیدن چای سیاه در میان بسیاری از مقامات دولتی و افراد شاغل در سازمان‌های دولتی رایج است. علاوه بر این، افراد مسن به علت عدم آشنایی با برندها و کافی‌شاپ‌ها به ندرت قهوه مصرف می‌کنند. در مجموع در سال ۲۰۱۴ واردات قهوه قزاقستان ۵/۵ میلیون دلار و واردات چای این کشور ۱۲۹ میلیون دلار بوده است. طبق آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۴ قزاقستان در مجموع ۲۷۶ هزار دلار چای سیاه از ایران وارد کرده است.

-
- 71 . Black & Brown
 - 72 . Bon Bon
 - 73 . Madeleine
 - 74 . Cafemax
 - 75 . Cinarpastanesi
 - 76 . Coffeedelia
 - 77 . Vlast
 - 78 . Starbucks
 - 79 . Forbes
 - 80 . Costa Coffee



نمودار (۳-۳): واردات قهوه و چای قزاقستان (۲۰۱۱-۲۰۱۴)



منبع: مرکز تجارت بین الملل ITC

۴-۵-۳- عادات‌های میان‌وعده

خوردن تنقلات در قزاقستان نسبتاً متداول است. تنقلات معمولاً همراه با نوشیدنی‌های الکلی، هنگام تماشای فوتبال یا دیدن فیلم در سینما مصرف می‌شوند. افزایش مشغله افراد، دور هم‌نشینی و صرف یک وعده غذای سالم را برای خانواده‌ها دشوار ساخته است. تقاضا برای تنقلات راحت و در دسترس رو به افزایش است. محبوب‌ترین برندهای تنقلات اسنیکرز^{۸۱}، مارس^{۸۲} و باونتی^{۸۳} هستند. انواع دیگر تنقلات محبوب، مافین‌ها و نان‌های شیرین هستند. قزاقستان در سال ۲۰۱۴ نزدیک به ۱۳۶ میلیون دلار انواع آجیل و میوه‌های خشک شده وارد کرده است. واردات این کشور از ایران در سال ۱۳۹۴ تقریباً ۱۶ میلیون دلار بوده است. محبوب‌ترین تنقلات که به همراه نوشیدنی‌های الکلی مصرف می‌شوند عبارتند از سوخاریکی (یک نوع نان خشک شور)، چیپس، سالگانی (تکه‌های پنیر دودی)، ماهی خشک و دودی. این تنقلات معمولاً شور هستند و در طعم‌های مختلف درست می‌شوند. سوخاریکی از تنقلات مورد علاقه کودکان نیز به شمار می‌رود و حتی بیش‌تر از شیرینی‌های سنتی مورد توجه است. مهم‌ترین میان‌وعده‌های گوشتی زامبون، گوشت گوساله، گوشت گاو نمکی و میان‌وعده‌ها با ماهی مانند شاه ماهی و خاویار هستند.

81 . Snickers

82 . Mars

83 . Bounty

۵-۳-۵- نگرش نسبت به سلامت محصولات غذایی

در قزاقستان مقرراتی برای تولید محصولات سبزی یا دوست‌دار محیط زیست توسط قانون وضع نشده است. کلماتی مانند سبزی یا دوست‌دار محیط زیست اغلب توسط تولیدکنندگان به درستی به کار نمی‌رود. این کلمات می‌تواند در هر جایی استفاده شود. چون کشور دارای استانداردهای سبزی نیست. پیشوند بیو به معنای این است که محصولات غذایی سرشار از ویتامین و دارای باکتری‌های مفید هستند. در این کشور، یک شرکت تحت نام تجاری محصولات ارگانیک کار می‌کند اما محصولاتش لزوماً سالم و طبیعی نیستند. مرکز ارگانیک قزاقستان، مطالعه‌ای با هدف ارزیابی آینده محصولات ارگانیک در آسیای مرکزی انجام داده است. بر اساس یافته‌های این مطالعه، در قزاقستان مصرف‌کنندگان نسبت به محصولات ارگانیک آگاهی دارند و حتی حاضرند برای این محصولات پول بیش‌تری بپردازند. خبرگزاری "غلات قزاقستان" نیز گزارش می‌دهد اگرچه اکثر محصولات ارگانیک از کشورهای اروپایی وارد می‌شود، عموم افراد ثروتمندی که مشتری مراکز زنجیره‌ای خرده‌فروشی هستند مایلند محصولات ارگانیک داخلی بخرند. در میان محصولات ارگانیک، میوه‌ها و سبزیجات، فرآورده‌های گوشت و ماهی و فرآورده‌های لبنی بیش‌تر درخواست می‌شود. این مطالعه هم‌چنین نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان مواد غذایی ارگانیک همیشه به برچسب مواد غذایی توجه می‌کنند. با این حال به سختی می‌توان به مواد غذایی ارگانیک تولید شده در داخل کشور اعتماد کرد. ریشه این عدم اعتماد، نبود استانداردهاسازی و مکانیزم صدور گواهی در قزاقستان است. مصرف‌کنندگان عمدتاً محصولات ارگانیک را با هدف حفظ سلامتی خود می‌خرند. آن‌ها طعم این غذاها را دوست دارند و البته می‌خواهند از محیط زیست خود محافظت کنند. رشد تقاضا برای محصولات ارگانیک در قزاقستان عمدتاً به دلیل افزایش علاقه نسبت به محصولات مصرفی سازگار با محیط زیست و تولیدات پاک است.

وزارت محیط زیست از سال ۲۰۱۲ کار بر روی یک برنامه استراتژیک را آغاز کرده که هدف آن تبدیل اقتصاد به اقتصاد سبز است. طی سال‌های اخیر، مکانیزم بیوایمنی به موجب پروتکل کارتاگنا^{۸۴} تصویب شده است. به ویژه اصلاحات عمده‌ای در قانون ایجاد شده تا از گسترش حیوانات و گیاهان دست‌کاری شده ژنتیکی جلوگیری کند. تنگری‌نیوز^{۸۵} گزارش می‌دهد که دولت قزاقستان در حال تنظیم قوانینی برای محصولات دست‌کاری شده ژنتیکی است. این قانون مقرراتی برای استفاده از مهندسی ژنتیک در تولید محصولات داخلی تنظیم کرده و نسبت به واردات محصولات دست‌کاری شده ژنتیکی سخت‌گیرتر خواهد بود.



۶-۳- محصولات حلال

یک تغییر نگرش مهم در مصرف‌کنندگان قزاقستانی طی چند سال اخیر، افزایش محبوبیت غذاهای حلال بوده است. بر اساس گزارش مقامات دولتی، تعداد شرکت‌های قزاقستانی که گوشت را مطابق قوانین اسلامی تولید می‌کنند به تدریج افزایش یافته و از عدد ۶۰۰ فراتر رفته است. البته انتظار بر این است که رشد این شرکت‌ها کماکان ادامه داشته باشد. طبق آمار غیررسمی، حدود ۳۰ درصد از مواد غذایی قزاقستان به محصولات حلال اختصاص می‌یابد. تولیدکنندگان معتقدند که افزایش تقاضای داخلی برای گوشت حلال بیش‌تر نتیجه افزایش نگرانی افراد نسبت سلامت خود است. به عنوان مثال یک مشتری روس تبار زنجیره خرده‌فروشی بیان می‌کند که به این علت شروع به خرید گوشت حلال کرده است که معتقد است این محصولات کیفیت بسیار بالاتری دارند. تلقی اکثریت مصرف‌کنندگان در قزاقستان این است که مواد غذایی حلال محصولاتی سازگار با محیط زیست، با کیفیت بالا و سالم هستند.

دولت و تولیدکنندگان گوشت حلال با کمک یکدیگر نماینده بین‌المللی محصولات حلال را در سال‌های ۲۰۱۰، ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ در آستانه برپا کردند. البته در این زمینه قزاقستان همکاری‌هایی را نیز با برخی کشورهای مسلمان دیگر آغاز کرده است. حدود ۵۰ درصد از مردمی که گوشت حلال می‌خرند، روس یا از دیگر گروه‌های قومی بوده که معمولاً مسلمان نیستند. البته گرایش مسلمانان برای بازگشت به اصول خود نیز در افزایش تقاضا تأثیرگذار بوده است. برخی از شرکت‌ها گوشت حلال را به‌صورت آنلاین می‌فروشند که بتوانند نیازهای مصرف‌کننده را پاسخگو باشند. با این حال کارشناسان بین‌المللی اتحادیه اوراسیا در آلماتی بیان می‌کنند که برخی از تولیدکنندگان تقلب می‌کنند و محصول خود را صرفاً با نام یا برچسب حلال عرضه می‌کنند. تجزیه و تحلیل‌ها نشان داده که برخی از محصولات غذایی با برند حلال شامل گوشت خوک هم بوده‌اند.

محصولات حلال معمولاً گران‌تر هستند، زیرا این محصولات شامل مواد مضر، چربی‌های حیوانی، مواد افزودنی مضر و بکینگ پودر نیستند. بر اساس گزارش منابع خبری اخیراً تولید آب آشامیدنی حلال نیز در قزاقستان آغاز شده است. مایع خالصی در بطری که آیاتی از قرآن به آن خوانده شده است. علاوه بر این تولید عسل حلال، فعالیت چندین هتل حلال، رانندگان مدارس، بانک‌ها و بیمارستان‌های مطابق با قوانین حلال نیز آغاز شده است. در این نوع سازمان‌ها کارکنان و مشتریان از قوانین خاصی پیروی می‌کنند، امکانات برای بانوان و آقایان جدا از هم است و نمازخانه نیز وجود دارد.

۷-۳- نگرش نسبت به آرایش و بهداشت

۱-۷-۳- نگرش نسبت به مراقبت شخصی

نگرش مردان و زنان نسبت به مراقبت شخصی تا حد زیادی متفاوت است. در رژیم شوروی سابق، این ذهنیت وجود داشت که استفاده مردان از محصولات مراقبت شخصی با روحیات مردانه سازگاری ندارد. البته زنان قزاق به مانیکور و پدیکور اهمیت می‌دهند و اغلب به سالن‌های زیبایی مراجعه می‌کنند. خرید محصولات زیبایی و مراقبت شخصی از خرده‌فروشان این محصولات در حال افزایش است. با وجود در دسترس بودن انواع مختلف محصولات بهداشتی، فرهنگ رعایت بهداشت هنوز به طور قابل توجهی جا نیفتاده است. بر اساس گزارش‌ها، تنها ۲۰ درصد از مردم در این کشور دندان‌های خود را صبح‌ها و یا هنگام رفتن به رختخواب مسواک می‌زنند. تعداد کمی از مردم بعد از خوردن غذا از نخ دندان استفاده می‌کنند. کم‌تر از پنج درصد از مردم هر شش ماه یک بار برای چکاپ دندان‌های خود به دندانپزشک مراجعه می‌کنند.

خرید محصولات زیبایی و محصولات مراقبت شخصی به یکی از راه‌های مقرون به صرفه برای لذت بردن زنان قزاقستان تبدیل شده است. خرید محصولات زیبایی و مراقبت شخصی بسیار مقرون به صرفه‌تر از خرید دیگر کالاها همانند لباس و کفش است. این محصولات به طور گسترده‌ای در دسترس هستند. علاوه بر این، کمپین‌های مختلف تبلیغاتی برای این محصولات به وجود آمده و نوآوری دائمی در این محصولات جالب توجه است. به طور سنتی، مردم قزاق تمایل دارند تا خوب به نظر برسند و ظاهر جذابی داشته باشند. بر اساس یک مطالعه میدانی که در سال ۲۰۱۴ انجام شده است، در حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد مخارج مصرفی زنان قزاقستانی صرف وسایل شخصی از قبیل لباس، کفش، لوازم آرایشی، جواهرات، کیف دستی و ... می‌شود. باید افزود که این گرایش در میان زنان گروه‌های سنی ۲۰ تا ۴۰ سال بیشتر از زنان با سنین بالاتر است. در حالی که در میان انواع گزینه‌های مصرفی، وسایل شخصی اولویت اول برای جوان‌ترها به شمار می‌رود، برای افراد با سنین بالای ۴۰ سال مواد غذایی، آشامیدنی و لوازم خانگی اولویت اول به شمار می‌رود.

جدول (۳-۱): الگوی مخارج زنان قزاقستان به تفکیک گروه سنی

درصد مخارج				الگوهای مخارج
بالای ۵۰	گروه سنی ۴۰-۵۰	گروه سنی ۳۰-۴۰	گروه سنی ۲۰-۳۰	
۳۰	۳۰	۳۵	۴۰	موارد شخصی
۳۵	۴۰	۲۰	۱۰	غذا و آشامیدنی‌ها، لوازم منزل
۰	۰	۱۰	۱۰	تحصیل و شغل، موارد مرتبط
۱۰	۱۰	۱۵	۲۰	گوشی تلفن همراه، اینترنت
۲۰	۱۰	۱۰	۱۵	سرگرمی
۵	۱۰	۱۰	۵	دوستان و مهمانی

 منبع: پتلوری^{۸۶} و همکاران، ۲۰۱۴

بر خلاف غربی‌ها تا همین اواخر مردم قزاقستان محصولات زیبایی و مراقبت شخصی را از داروخانه‌ها و سوپر مارکت‌ها خریداری نمی‌کردند. خرید لوازم آرایشی و عطر از داروخانه‌ها و سوپر مارکت‌ها تقریباً از سال ۲۰۱۱ به بعد رواج یافته است. ترجیحات مردم قزاقستان به شدت تحت تاثیر تبلیغات قرار دارد. در مورد محصولات مراقبت از پوست، آن‌ها ابتدا با دیگران مشورت می‌کنند، سپس محصولات را امتحان می‌کنند. اما در نهایت تبلیغات به خرید آن‌ها جهت می‌دهد. زیبا و آراسته به نظر رسیدن، مصرف‌کنندگان را به توجه بیش‌تر به نظافت روزمره و حفظ بهداشت شخصی تشویق می‌کند.

۲-۷-۳- نگرش نسبت به زیبایی

در دوران حکومت شوروی سابق، مفهوم جدیدی از زن بودن رواج داده شد که اساس آن حفظ زیبایی‌های طبیعی، سلامت، بهداشت و عدم استفاده از لوازم آرایشی بود. با این حال، تمایل به ایجاد زیبایی مصنوعی با استفاده از محصولات آرایشی هرگز کمرنگ نشده است. در اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ زمانی که لوازم آرایشی بیش‌تر در دسترس قرار گرفت، استانداردهای زیبایی شروع به تغییر کردند و زنان بیش‌تری این فرصت را یافتند که لباس‌های زیبا بپوشند و برای آراسته کردن خود زمان صرف کنند. پس از فروپاشی

شوروی، مفهوم زن بودن در قزاقستان به ایده‌ال‌های غربی نزدیک‌تر شده است و در حال حاضر مفهوم زیبایی با داشتن آخرین تیپ و مد گرہ خورده است.

با وجود بحران اقتصادی که تأثیری منفی روی گروه‌های مختلف مصرف‌کنندگان داشته است، تقاضا برای اعمال جراحی پلاستیک به هیچ عنوان کاهش پیدا نکرده است. حتی تقاضا برای عمل جراحی پلاستیک رشد کرده است چرا که زنان می‌خواهند زیباتر به نظر برسند. البته هزینه‌های عمل جراحی پلاستیک مقرون به صرفه‌تر شده است.

۳-۷-۳- آراستگی مردان

در قزاقستان، تعداد مردانی که نسبت به استفاده از محصولات زیبایی و مراقبت شخصی احساس شرم دارند در حال کاهش است. توجه به زیبایی، دیگر کاری غیر مردانه تلقی نمی‌شود. در حال حاضر مردان قزاقستان توجه بیشتری به ظاهر و نظافت شخصی خود دارند و هزینه‌های لوازم آرایشی و بهداشتی خاص آقایان در حال افزایش است. پوشش مسائل مربوط به سلامت و زیبایی در رسانه‌ها و تبلیغات نیز اثر مثبتی بر تقاضای این محصولات داشته است. امروزه مردان بیشتری به مزایای استفاده از محصولات تخصصی که مراقبت شخصی و اصلاح روزانه آن‌ها را لذت‌بخش‌تر و تأثیرگذارتر می‌کند، توجه می‌کنند. تعداد بیشتری از آن‌ها به دنبال محصولات مراقبت از پوست مختص مردان هستند که معطر به رایحه مخصوص آقایان و هم‌چنین دارای ویژگی‌هایی از جمله ایجاد طراوت طولانی و ضدپیری، لایه‌برداری، سفت‌کنندگی و سفیدکنندگی پوست هستند.

اسپری‌های مردانه، ریش‌تراش و تیغ مردانه به طور گسترده‌ای توسط آقایان در تمام سنین استفاده می‌شود. استفاده روزانه از محصولات آرایشی بهداشتی آقایان رواج پیدا کرده است و تقاضای قابل توجهی برای این محصولات وجود دارد. با توجه به آنچه فرهنگ قزاقستان دیکته می‌کند، خریداران اصلی محصولات آرایشی بهداشتی مردان در قزاقستان، زنان هستند. علی‌رغم این واقعیت که مصرف‌کنندگان محصولات آرایشی بهداشتی مردانه آقایان هستند، کماکان خرید این محصولات به عنوان نشان‌های از رفتار خانم‌ها تلقی می‌شود. با این حال به تدریج با حرکت جامعه قزاقستان به سوی فرهنگ غربی، این وضعیت به خصوص در مناطق شهری در حال تغییر است. در مجموع اگرچه تمایل به مارک‌های برتر محصولات آرایشی بهداشتی مردانه در حال رشد است، اکثر مردان قزاقستان هنوز هم نسبت به قیمت بسیار حساس هستند.

۳-۷-۴- سالن‌های زیبایی

در اواسط دهه ۱۹۹۰ خدمات زیبایی به کوتاه کردن مو، آرایش مو با مدل استاندارد و مانیکور محدود بود. اما در سال‌های پس از ۲۰۰۰، مردم قزاقستان به طیف کاملی از خدمات زیبایی دسترسی یافته‌اند.



تعداد سالن‌های زیبایی در حال افزایش است. این سالن‌ها برای پاسخ‌گویی به تقاضای روبه رشد جمعیت کافی نیست. اکثر سالن‌ها، آرایشگاه‌های سنتی هستند که خدماتی فراتر از کوتاه کردن مو ارائه نمی‌دهند. به طور سنتی، زنان قزاقستان مصرف‌کنندگان عمده محصولات و خدمات زیبایی هستند و این تقاضا به طور فزاینده‌ای رو به افزایش است. دلیل این امر، بهبود وضعیت مالی، تغییر نگرش نسبت به مراقبت‌های شخصی و تمایل به زیبا به نظر رسیدن است. بسیاری از مردم معتقدند که ظاهر جذاب در پیشرفت شغلی به آن‌ها کمک می‌کند و منجر به موفقیت در کسب و کار می‌شود. بنابراین بسیاری از مصرف‌کنندگان، مراجعه منظم به متخصصان صنعت زیبایی و سالن‌های زیبایی را آغاز کرده‌اند. علاوه بر کوتاه کردن و آرایش مو با روش‌های سنتی، سوراخ کردن گوش، مانیکور و پدیکور، دسترسی به سایر خدمات از جمله کاشت ناخن، مو و مژه، خالکوبی، گریم و هم‌چنین خدمات اصلاح بدن امکان پذیر شده است. مشتریان دریافته‌اند که روش‌های خانگی زیبایی با خدمات سالن‌های زیبایی قابل مقایسه نیستند.

۸-۳- نگرش نسبت به مد

۸-۳-۱- نگرش نسبت به لباس

فرهنگ پوشش در قزاقستان نسبتاً مدرن است. جوانان قزاقستانی همانند جوانان روسیه عمدتاً شلوار، دامن و لباس‌های راحت می‌پوشند. البته به خاطر نفوذ اسلام تا حدودی پوشیده‌تر هستند. لباس‌های سنتی ساخته شده در خانه تنها در بین افراد مسن رواج دارد. بسیاری از مردم از مد آگاه هستند و مدهای بین‌المللی را دنبال می‌کنند. افزایش قدرت خرید مردم در یک دهه اخیر، بزرگ‌ترین رسانه‌های مد مانند فشن تیوی و مجله ووگ^{۸۷} را برای باز کردن دفاتر در شهر مد قزاقستان یعنی آلماتی تشویق کرده است. هفته مد قزاقستان، مورد توجه‌ترین رویداد در صنعت مد قزاقستان است که از سال ۲۰۰۳ به طور سالانه در آلماتی برگزار می‌شود و پذیرای طراحان داخلی و بین‌المللی مد است. ارزش واردات پوشاک قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۹۲۱ میلیون دلار بوده است که از این مقدار ترکیه ۱۰۷ میلیون دلار، قرقیزستان ۹۳ میلیون دلار و ایران تنها ۸۴ هزار دلار را صادر کرده‌اند.

در بازار لباس قزاقستان، لباس‌های ارزان قیمت چینی، لباس‌های ترک، اقلام معمولی و لوکس و لباس‌های مارک‌دار تخفیف خورده‌ای که در اروپا از مد افتاده است، پیدا می‌شوند. با افزایش درآمد، تقاضای طبقه متوسط برای محصولات با کیفیت افزایش یافته است. گروه ایندیتکس^{۸۸}، فروشگاه‌هایی را در آلماتی

راهاندازی کرده است و مارک‌های معروفی همچون زارا^{۸۹}، ماسیمادوتی^{۹۰}، برشکا^{۹۱} و استرادایوریوس^{۹۲} را عرضه می‌کند. در فروشگاه‌های قزاقستان برندهای بین‌المللی زیادی به چشم می‌خورد از جمله: منگو^{۹۳}، مکس^{۹۴}، یونایتد کالرز اف بنتون^{۹۵}، موتیوی^{۹۶}، پرومد^{۹۷}، ساوج^{۹۸}، ننف^{۹۹}، جنیفر^{۱۰۰}، اس الیور^{۱۰۱}، منسون^{۱۰۲}، اکسسوریز^{۱۰۳}، لا سنزا^{۱۰۴} و گپ^{۱۰۵}. البته هنوز تعداد فروشگاه‌های عرضه کننده این محصولات کم است و مد روز تنها در شهرهای آلماتی و آستانه در دسترس است.

اگرچه تعداد زیادی از فروشگاه‌های بین‌المللی، مارک‌های لوکس خارجی را به فروش می‌رسانند، گروه مصرف‌کنندگان کالاهای لوکس در قزاقستان بزرگ نیست. بسیاری از مردم ترجیح می‌دهند خرید لباس را به زمانی که به خارج از کشور سفر می‌کنند، موکول کنند چرا که در این صورت می‌توانند از نخریدن کالاهای تقلبی که به طور غیرقانونی وارد کشور می‌شوند و هم‌چنین محصولات از رده خارجی که به عنوان محصولات جدید ارائه می‌شوند، اطمینان حاصل کنند. افرادی که وضعیت مالی بهتری دارند ترجیح می‌دهند به دبی سفر کنند تا از فضای تفریحی و خرید لذت ببرند.

در سال‌های اخیر، قزاقستانی‌ها به ارزش پول توجه بیشتری نشان می‌دهند. آن‌ها به خرید به عنوان یک سرگرمی می‌نگرند. اگرچه بسیاری از خریداران هنوز از بازارها خرید می‌کنند، تعداد زیادی از مصرف‌کنندگان نیز ترجیح می‌دهند لباس‌های خود را از فروشگاه‌های مارک‌های بین‌المللی تهیه کنند. این مسئله در آلماتی بیش‌تر به چشم می‌خورد. به گفته کارشناسان، این مصرف‌کنندگان ۵۰ درصد تقاضای کل را تشکیل می‌دهند. بحران اقتصادی تا حدودی به سود مصرف‌کنندگان بوده است. زیرا فروشگاه‌های

-
- 89 . Zara
 - 90 . Massimo Dutti
 - 91 . Bershka
 - 92 . Stradivarius
 - 93 . Mango
 - 94 . Mexx
 - 95 . United Colours of Benetton
 - 96 . Motivi
 - 97 . Promod
 - 98 . Savage
 - 99 . Naf Naf
 - 100 . Jennifer
 - 101 . S. Oliver
 - 102 . Monsoon
 - 103 . Accessorize
 - 104 . La Senza
 - 105 . Gap



زنجیره‌ای برای فروش، مجبور به بهبود خدمات، کاربست روش‌های جدید بازاریابی و ارائه تخفیف‌های قابل توجه شده‌اند. علاوه بر این، برندهای بزرگ در طول دوره بحران اقتصادی وارد بازار شده‌اند، طوری که قیمت آن‌ها با قیمت‌های بازارهای فروش محصولات دست دوم قابل مقایسه است.

به تازگی تقاضا برای پوشش‌های اسلامی رشد کرده است. این نوع لباس‌ها عمدتاً از ترکیه و قرقیزستان وارد می‌شود. مد ترکیه بر بازار داخلی غالب است، اما لباس‌ها همیشه به تن زنان قزاقستان مناسب نیستند. لباس‌های اسلامی عمدتاً به دست خیاط دوخته می‌شود اما می‌توان آن‌ها را از فروشگاه‌ها نیز خریداری کرد. لباس‌های اسلامی شامل کت و شلوارهای مردانه، لباس‌های شب زیبا، کت و شلوار زنانه، تونیک و لباس‌های ورزشی است. بر اساس برآوردها، ۷۰ درصد از مردم قزاقستان خود را مسلمان می‌دانند. با این حال با توجه به نگرانی رو به رشد در مورد افراط‌گرایی اسلامی، رئیس‌جمهور قزاقستان از جوانان خواسته است تا از لباس‌های عربی استفاده نکنند.

لباس‌های با سایز بزرگ نیز در دسترس هستند. تقاضا برای لباس‌های بارداری به دلیل نرخ تولد بالاتر در سال‌های اخیر در حال رشد است. گروه بیبا^{۱۰۶} یک شرکت قزاقستانی تازه تأسیس است که برای زنان باردار لباس تولید می‌کند. این شرکت در میان مصرف‌کنندگان آسیای مرکزی و روسیه موفق عمل کرده است. این موفقیت نشان‌های از رشد تقاضا برای لباس‌های دوران بارداری است.

در سال ۲۰۱۲ موسسه ارائه دهنده خط مشی‌های سیاستی^{۱۰۷}، اقدام به برگزاری یک نظرسنجی کرد. بر اساس این نظر سنجی ۵۰/۴ درصد از مردم قزاقستان ترجیح می‌دهند لباس و کفش مورد نیاز خود را از بازارها تهیه کنند. این مکان‌ها در میان گروه‌های کم درآمدی که در تاراز^{۱۰۸}، کیزیل‌اوردا و شیمکنت زندگی می‌کنند محبوب‌تر هستند. نزدیک به ۴۰ درصد از مردم لباس و کفش را از مراکز خرید و فروشگاه‌های مارک‌های معروف می‌خرند. این افراد به گروه‌های پردرآمد تعلق دارند و به طور عمده در آستانه، آکتوبه و کامنوگورسک^{۱۰۹} اقامت دارند. حدود ۱/۳ درصد از مردم خرید خود را در هنگام سفر به خارج از کشور انجام داده و یک درصد از مردم نیز به صورت آنلاین خرید می‌کنند.

در سال ۲۰۱۲ مخارج صرف شده برای لباس و کفش ۹/۶ درصد از کل هزینه‌های مصرف‌کننده را شامل شده است. بر اساس ادعای نمایندگان انجمن صنایع سبک قزاقستان، حدود ۶۰ درصد از لباس‌ها، از طریق واردات بازار خاکستری تأمین می‌شود. با این حال، فروشگاه‌های خرده‌فروشی مد در مورد کاهش تقاضا شکایتی ندارند. در مجموع افزایش قدرت خرید مردم در یک دهه اخیر، باعث تغییر تقاضا شده است و

106 . Biba Group

107 . The Institute for Policy Solutions

108 . Taraz

109 . Kamenogorsk

مصرف کنندگان به برندهای گران تر، منطبق با مد روز و کلاسیک روی آورده اند.

۲-۸-۳- نگرش نسبت به کفش

در قزاقستان، تنها هفت درصد از نیاز بازار کفش، در داخل کشور تولید می شود. در اکثر موارد، تولید داخل به نوع خاصی از کفش محدود می شود که برای کارگران صنعتی، پرسنل نظامی و دیگر گروه های مشابه کارگران طراحی شده است. بر اساس ادعای اینک تایمز^{۱۱}، ۷۵ درصد از مردم قزاقستان کفش های چینی با کیفیت پایین می پوشند. حدود ۱۰ درصد از کفش ها از روسیه و ۱۴ درصد از کشورهای ترکیه، آلمان، هلند و ایتالیا وارد می شود. کفش های وارداتی عمدتاً از آلمانی به دیگر نقاط کشور توزیع می شود. جدول زیر هزینه تمام شده کفش های صادر شده از کشورهای عمده صادرکننده را در بازار قزاقستان مقایسه می کند. ملاحظه می شود که در میان شش نوع مختلف کفش با کدهای □□ چهار رقمی ۶۴۰۱ تا ۶۴۰۶ در مجموع ارزش هر تن کفش صادراتی چین به قزاقستان به نسبت سایر صادرکنندگان کم تر است. البته به گفته کارشناسان، کیفیت کفش های چینی در مقایسه با سایر نمونه های وارداتی پایین تر است.

جدول (۲-۳): ارزش هر تن کفش صادراتی کشورهای عمده صادر کننده در بازار قزاقستان (دلار)

صادرکننده	۶۴۰۱	۶۴۰۲	۶۴۰۳	۶۴۰۴	۶۴۰۵	۶۴۰۶
روسیه	۴۸۷۲	۱۵۳۸۳	۳۳۴۵۰	۲۶۴۰۴	۲۶۱۶۸	۶۷۹۳
چین	۴۹۵۴	۴۹۸۰	۸۱۸۹	۶۶۸۰	۸۱۶۳	۱۹۷۹
ترکیه	۴۴۱۷	۱۳۴۳۶	۱۲۸۰۲	۱۲۸۰۷	۱۷۷۱۴	۲۳۱۱
ایتالیا	۱۶۰۰۰	۲۷۱۴۳	۵۲۷۸۹	۴۹۱۱۸	۱۷۰۰۰	-
آلمان	-	۴۴۰۰۰	۱۳۲۳۹	-	۶۵۰۰	۳۱۰۰۰
ایران	-	۴۶۰۰	-	۵۳۳۳	۲۲۰۰۰	-

منبع: مرکز تجارت بین الملل ITC

در قزاقستان مصرف کنندگان کفش توجه بیش تری نسبت به کشور مبدأ دارند تا نام تجاری. آن ها به دنبال قیمت مناسب، کیفیت رضایت بخش و راحتی هستند. در بازار کفش بچگانه ترکیبی از کفش های وارد شده از چین با کیفیت پایین و ارزان، در کنار کفش های بسیار گران قیمتی که به طور عمده از ترکیه برای



مصرف‌کنندگان متقاضی کالاهای باکیفیت و گران قیمت وارد می‌شوند، به چشم می‌خورد. مردم قزاقستان کفش را از بازار لباس و مراکز خرید تهیه می‌کنند.

در سال‌های اخیر مردم از کیفیت کفش خریداری شده در بازارهای لباس و مراکز خرید ابراز نارضایتی می‌کنند. قیمت کفش در فصول سرد سال، پاییز و زمستان، نسبتاً بالا است. این قیمت‌ها معمولاً توسط صاحبان فروشگاه تعیین می‌شود. قیمت‌ها بسته به نوسانات نرخ ارز در نوسان است. قیمت کفش مشخص نیست و هیچ سقف قیمت قانونی برای آن تعیین نشده است.

در سال‌های اخیر مصرف‌کنندگان از ورود کفش دانمارکی با نام تجاری اکو^{۱۱۱} در قزاقستان استقبال کرده‌اند. این گول کفش، فروشگاه‌هایی در آکتوبه^{۱۱۲}، کاراگاندا، آلماتی و کوستانای^{۱۱۳} افتتاح کرده است. اولین فروشگاه این برند در سال ۲۰۱۱ در آلماتی گشوده شد و پس از آن در سال ۲۰۱۲، هشت فروشگاه دیگر در مراکز خرید سراسر قزاقستان گشایش یافت.

۳-۸-۳- نگرش نسبت به زیورآلات

خرید جواهرات و اشیای قیمتی با تاریخ مردم قزاقستان ارتباط دارد و نشان دهنده توسعه فرهنگ ملی است. به هنگام خواستگاری برای ازدواج و در روز عروسی، داماد باید حداقل ۵ تا ۱۰ سرویس جواهر به خانواده عروس هدیه دهد. کارشناسان اعتقاد دارند که سنت‌های ملی به کسب و کار جواهرات کمک کرده است.

البته اخیراً رفتار مردم قزاقستان در هنگام خرید جواهرات پیچیده‌تر و تقاضای آن‌ها برای طلا بیش‌تر شده است. برای آن‌ها کیفیت از قیمت مهم‌تر شده است. طلا، نقره و سنگ‌های مختلف گران‌بها دیگر به چشم تجملات نگریسته نمی‌شوند، چرا که تقریباً توسط همه مصرف‌کنندگان خریداری می‌شوند. در حال حاضر جواهراتی که ارزش آن‌ها از ۲۰۰ تا ۳۰۰ دلار تخطی نمی‌کند دارای تقاضای بالایی هستند و حدود ۶۰ درصد از تقاضا را در بر می‌گیرند. به طور معمول قطعات جواهر سبک هستند و وزنی بین ۲ تا ۳ گرم دارند. مردم قزاقستان به همه فروشندگان جواهرات اعتماد ندارند، چرا که بخشی از جواهرات هنوز به طور غیرقانونی وارد کشور می‌شود و ممکن است دارای کیفیت پایینی باشد. بنابراین در هنگام خرید جواهرات گران‌قیمت اغلب مصرف‌کنندگان برای بررسی صحت آن‌ها به فروشندگان دارای مجوز قانونی مراجعه می‌کنند. بر خلاف دیگر بازارها، بازار جواهرات پس از پیوستن کشور به اتحادیه گمرکی با روسیه و بلاروس تغییری نکرده است. مقامات اتحادیه گمرکی تمایل دارند استانداردهایی برای جواهرات در منطقه گمرکی

111 . ECCO

112 . Aktobe

113 .Kostanay

معرفی کنند اما این برنامه هنوز اجرا نشده است.

اگر از مردم قزاقستان خواسته شود بین اتومبیل و جواهرات یکی را انتخاب کنند زنان جواهرات و مردان اتومبیل را انتخاب می‌کنند. در خانواده‌های معمولی مردان نان‌آور هستند. بنابراین در مورد خرید اقلام گران قیمت، تصمیم‌گیر نهایی آن‌ها هستند. در بین افراد علاقه‌مند به جواهرات، جواهرات سنتی ساخته شده با دست محبوب‌تر است. اگرچه تقاضا برای این نوع جواهرات بسیار کم و قیمت این محصولات بسیار گران است.

اگرچه زنان به طور سنتی به جواهرات علاقه‌مند هستند، تقاضا در میان مردان نیز در حال افزایش است. حلقه و گردنبندهای ضخیم قدیمی به تدریج توسط اشیاء گران‌بهای جدید مد روز مانند سنجاق کراوات، ساعت و جاکلیدی‌های اصل جایگزین شده است. تقاضا برای ساعت مردانه و دیگر اشیاء از تقاضای محصولات معروف سنتی از جمله حلقه، زنجیره‌های سنگین و صلیب بالاتر است. مدیر خانه فرانسه^{۱۱۴} توضیح می‌دهد که ساعت‌های مچی مردانه، پرفروش‌ترین محصول است. بسیاری از مردم در ۲۳ فوریه (مقارن با روز پدر در روسیه)، برای مردان هدایایی از جمله دکمه سر آستین می‌خرند. تقاضا برای حلقه‌های عروسی از جنس طلای زرد و صورتی بالا است. در قزاقستان هفتم می به عنوان روز مرد انتخاب شده است اما بسیاری از مردم بر طبق عادت قدیمی دوره شوروی ترجیح می‌دهند در روز ۲۳ فوریه به مردان هدیه دهند.

۴-۸-۳- نگرش نسبت به خرید اقلام لوکس

بخش قابل توجهی از مخارج صرف شده توسط مردم قزاقستان برای خرید کالاهای لوکس، در خارج از قزاقستان هزینه می‌شود. البته میزان هزینه صرف شده در خارج از قزاقستان به اقلام خریداری شده نیز بستگی دارد. به عنوان مثال هزینه پوشاک لوکس و لوازم تزئینی، سالانه در حدود ۳۰۰ تا ۴۰۰ میلیون دلار برآورد می‌شود که تنها ۳۵ تا ۴۰ درصد این خریدها داخل قزاقستان انجام می‌شود. تقاضا برای مشروبات الکلی در حدود ۶۰ تا ۸۰ میلیون دلار برآورد شده است که ۹۰ درصد آن در داخل کشور خریداری می‌شود. تقاضا برای لوازم آرایشی و عطر در حدود ۱۲۰ تا ۱۶۰ میلیون دلار در سال است که تقریباً نیمی از این مبلغ در قزاقستان صرف می‌شود.

در مجموع بهبود درآمد سرانه موجب شده است که مصرف‌کنندگان بیش‌تری قادر به جمع‌آوری پس‌انداز و خرید اقلام لوکس باشند. زنان یا مردان قزاقی که اقدام به خرید کالاهای لوکس می‌کنند به طور متوسط بین ۳۵ تا ۵۵ سال سن دارند. طبقه متوسط قزاقستان حداقل یک بار در سال قبل از تعطیلات و یا رویدادهای مهم جواهرات گران قیمت و یا عطر بسیار گران خریداری می‌کنند.



۹-۳- نگرش به بهداشت و سلامت

۹-۳-۱- بهداشت و درمان عمومی در مقابل بهداشت و درمان خصوصی

دولت قزاقستان در سال ۲۰۱۱ در حدود ۶۳۱ میلیارد تنگه از منابع بودجه را به سلامت اختصاص داد. این بودجه برای دوره سه ساله ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ به ۱۳۱۵ میلیارد تنگه رسید. دولت سالانه معادل ۲۵ تا ۳۰ میلیارد تنگه صرف خرید تجهیزات پزشکی می‌کند. به علاوه در بازار دارو، دولت خریدار اصلی دارو به شمار می‌رود.

در سال ۲۰۱۲ خدمات بهداشتی و درمانی توسط ۷۷۳ بیمارستان و ۲۱۶۳ مرکز درمان سرپایی تحت نظارت وزارت بهداشت ارائه می‌گردید. ۲۵ ایستگاه و ۲۷۷ بخش اورژانس نیز مراقبت‌های اورژانس پزشکی ارائه می‌دادند. با توجه به بازسازی بیمارستان‌ها و افزایش بهره‌وری مدیریت بیمارستانی، ظرفیت تخت بیمارستان‌ها از ۱۱۳ هزار تخت در سال ۲۰۱۲ به ۱۰۷ هزار تخت در سال ۲۰۱۳ کاهش یافته است. تعداد پزشکان در وزارت بهداشت نیز از ۶۴ هزار نفر در سال ۲۰۱۲ به ۶۶ هزار نفر در سال ۲۰۱۳ افزایش یافته است.

حدود ۸۰ درصد موسسات پزشکی قزاقستان عمومی هستند. تاکنون تعدادی از کلینیک‌های خصوصی مجهز، موفق شده‌اند اعتماد بیماران را به دست آورند. مراکز پزشکی بزرگ در شهرهای بزرگ قرار دارند و معمولاً در شهرهای کوچک دفاتری کوچک با یک اتاق در دسترس هستند. هر چقدر شهر بزرگ‌ترین باشد، خدمات پزشکی ارائه شده گسترده‌تر است. بیش‌ترین مراکز درمانی خصوصی در آلماتی، آستانه و شیمکنت قرار دارند. تقریباً ۵۰ درصد از مردم برای مراقبت‌های سلامتی هزینه می‌کنند. نیمی از بیماران تنها به صورت گاه به گاه به مراکز درمانی مراجعه می‌کنند. نیمه دیگر خدمات بیش‌تری از جمله خدمات تشخیص و درمان دریافت می‌کنند.

در قزاقستان توسعه بهداشت و درمان خصوصی از سال ۲۰۰۰ و البته به صورتی بی‌نظم آغاز شده است. تعدادی کلینیک تخصصی مجهز با پشتوانه فنی خوب و کارکنان حرفه‌ای مشغول سرمایه‌گذاری در تجهیزات نوآورانه و آموزش هستند. با این حال بسیاری از کلینیک‌های خصوصی توان خرید تجهیزات لازم را ندارند.

بین کلینیک‌های خصوصی و عمومی رقابت واقعی وجود ندارد. حمایت‌های مصنوعی که از مراکز بهداشت و درمان عمومی صورت می‌گیرد لزوماً به کیفیت بالاتر خدمات منجر نمی‌شود. بیماران به منظور صرفه‌جویی در وقت و جلوگیری از سردرگمی در مراحل اداری به مراکز درمانی خصوصی و یا پزشکان مشخصی مراجعه می‌کنند. بیش‌ترین تقاضا در مراکز درمانی خصوصی به درمان سرپایی، خدمات تخصصی بیماری‌های

زنان، درمان ناباروری و جراحی عمومی مربوط می‌شود. در مجموع گرایش عمومی مراکز درمانی خصوصی، دستیابی به امکانات بیش‌تر، جلب تقاضای بیش‌تر و هم‌چنین ایجاد شبکه‌هایی از موسسات پزشکی بوده است. به جای مطب‌های پزشکی کوچک با یک اتاق، بسیاری از شهرها در حال برنامه‌ریزی برای گشودن ۱۰ تا ۱۵ مرکز بزرگ درمانی هستند که طیف گسترده‌ای از خدمات را ارائه می‌دهند. کارشناسان در مورد آینده تقاضا برای خدمات پزشکی خصوصی اختلاف نظر دارند. برخی از کارشناسان معتقدند که تقاضا برای خدمات خصوصی به طور قابل توجهی کاهش خواهد یافت چرا که متقاضیان مراکز درمانی خصوصی به بیمارستان‌های عمومی روی خواهند آورد. مهم‌ترین دلیل این امر نیز آن است که مراکز دولتی علاوه بر درمان رایگان، خدمات را توسط متخصصان حرفه‌ای ارائه می‌دهند. به علاوه بودجه بهداشت و درمان عمومی هر سال در حال رشد است. با این حال برخی از تحلیل‌گران بر این باورند که رشد تقاضا برای خدمات بهداشتی و درمانی خصوصی، کند نخواهد شد زیرا خدمات درمانی و بهداشتی رایگان دارای کیفیت پایینی است. از طرفی با توجه به ساختار سنی جمعیت قزاقستان که در فصل قبل بررسی شد جمعیت افراد سالخورده رو به افزایش است. بنابراین در صورت تداوم بوروکراسی اداری موجود در بخش عمومی، توسعه خدمات بهداشت و درمان خصوصی دور از ذهن نیست.

بیماران تمایل دارند به هنگام مراجعه به مراکز درمانی خصوصی، از خدمات پزشک خانواده بهره‌مند گردند. در هر مرکز بزرگ درمانی و بهداشتی خصوصی، حداقل یک پزشک خانواده حضور دارد. هزینه مراجعه به یک پزشک خانواده از ۲۵۰۰ تنگه تا ۷۰۰۰ تنگه متفاوت است. با وجود این که تقاضا برای خدمات دندانپزشکی خصوصی در سراسر سال یکسان است، تقاضا برای انواع دیگر خدمات بهداشت و درمانی فصلی است. دولت به منظور کاهش کاغذ بازی، کمک به ساده کردن کار پزشکان و تسهیل دسترسی بیماران به اطلاعات پزشکی خود، در حال ایجاد یک پایگاه داده یکپارچه و نظام اطلاعات پزشکی آنلاین است. در حال حاضر سیستم یکپارچه در آستانه و آکمولای^{۱۱۵} فعال است اما بر اساس گزارش‌های وزارت بهداشت این سیستم باید به زودی کل کشور را پوشش دهد. برای توسعه بیش‌تر سیستم بهداشت و درمان خصوصی، انجمن خدمات پزشکی قزاقستان، اولین اجلاس سازمان‌های بهداشت و درمان خصوصی را با عنوان بهداشت و درمان خصوصی قزاقستان، دستاوردها، مشکلات فعلی، راه‌حل‌ها و چشم‌اندازها در آلماتی برگزار کرد.

در سال ۲۰۱۳ سهم هزینه کل مراقبت‌های بهداشتی در قزاقستان بالغ بر ۲/۳ درصد از تولید ناخالص داخلی و سهم بیمه درمانی داوطلبانه^{۱۱۶} تنها ۰/۰۳ درصد از تولید ناخالص داخلی بود. در قزاقستان بیمه

115 . Akmolai

116 . voluntary health insurance



درمانی داوطلبانه حدود ۲ درصد از جمعیت را پوشش می‌دهد. این بیمه به صورت فردی به آسانی در دسترس مردم نیست و همه شرکت‌های بیمه، این خدمت را به افراد ارائه نمی‌دهند. این بیمه تنها می‌تواند توسط کارفرمایانی خریداری شود که بیمه کارکنان خود را با استفاده از بخشی از سود خود پرداخت می‌کنند. بیمه درمانی داوطلبانه به چشم ابزاری در جهت کاهش هزینه نظام سلامت و درمان عمومی دیده می‌شود.

نمودار (۳-۴): سهم مخارج عمومی بهداشت و درمان از تولید ناخالص داخلی قزاقستان (درصد)



منبع: وبسایت Trading economics

شواهد نشان می‌دهد که در آینده نزدیک مقامات قصد معرفی بیمه درمانی اجباری را ندارند. بر اساس گزارش وزارت بهداشت مردم برای بیمه درمانی اجباری آمادگی ندارند. اغلب مردم با این شعار که غنی برای فقیر هزینه کند و تندرست برای بیمار، موافق نیستند. در نتیجه این احتمال وجود دارد که مردم به تدریج به سلامت و درمان خصوصی روی آورند.

۲-۹-۳- نگرش به سلامت و تندرستی

همانند دیگر کشورهای اتحاد جماهیر شوروی سابق، در قزاقستان سیستمی برای آموزش مردم در مورد عادات‌های غذایی سالم وجود ندارد. بر اساس گزارش وزارت بهداشت، بروز بیماری‌های گوارشی از ۵۰۰۰ مورد در هر ۱۰۰ هزار نفر در سال ۱۹۹۸ به ۱۹۴۹۰ مورد در هر ۱۰۰ هزار نفر در سال ۲۰۱۲ رسیده است. حدود ۳۱/۸ درصد از جمعیت بالای ۱۵ سال دچار اضافه وزن هستند. این مسئله عمدتاً به این دلیل

است که غذاهای قزاقستان به شدت وابسته به گوشت و شیرینی است. البته محبوبیت در حال افزایش فست‌فودها نیز تشدید کننده مشکل است.

در خانواده‌های سنتی که تمایل به خوردن غذاهای ملی وجود دارد، رژیم غذایی و مواد غذایی سالم تا حد زیادی نادیده گرفته می‌شوند. برای نمونه، خانمی که اضافه وزن دارد و از درد معده و کلسترول بالا رنج می‌برد، ادعان می‌کند که کوتاهی از او است. او به عنوان یک زن خانه‌دار در یک خانواده بزرگ قزاقستانی به طور مداوم به طبخ غذا مشغول است و خانواده وی از دوران کودکی به غذاهای خاصی چون گوشت اسب، ماکارونی با گوشت، پلو، کوفته و جوشواره عادت کرده‌اند. اگر چه او تمایل دارد عادت‌های غذایی را تغییر دهد، اما نگران است که این موضوع به ناراحتی افراد خانواده منجر شود. اگر چه مصرف غذاهای اروپایی در میان خانواده‌های مدرن در حال گسترش است، در مناطق روستایی هنوز هم مصرف غذاهای سنتی قزاقستان رایج است. علاوه بر این قزاقستانی‌های کمی در مورد سلامت و تندرستی خود در دوران کودکی و نوجوانی نگران هستند. اکثر مردم زمانی نگرش خود را نسبت به تغذیه و سلامت تغییر می‌دهند که خیلی دیر شده است. به عنوان مثال یک دانشجو در شهر آلماتی، تقریباً هر روز فست‌فود می‌خورد چرا که آن را سریع، خوشمزه و نسبتاً ارزان می‌داند. او می‌داند که این عادت غذایی برایش زیان‌آور خواهد بود، اما پخت و پز در خوابگاه برای وی آسان نیست و تنها رستوران‌هایی غذای سالم ارائه می‌دهند که وی استطاعت مالی کافی برای رفتن به آن‌ها را ندارد. او می‌گوید پس از چهل سالگی به غذای سالم فکر خواهد کرد.

البته نزدیک به یک دهه است که وزارت بهداشت، کمپین سبک زندگی سالم را با هدف بهبود سلامت مردم و افزایش امید به زندگی راه‌اندازی کرده است. یکی از اهداف این کمپین افزایش امید به زندگی به ۷۱/۳ سال تا سال ۲۰۱۶ بود. هدفی که عملاً در سال ۲۰۱۴ محقق شد. در این سال امید به زندگی به ۷۱/۶ سال رسید. یکی دیگر از اهداف این کمپین کاهش مصرف سیگار و الکل است.

۳-۹-۳- داروهای بدون نسخه در مقابل داروهای با نسخه^{۱۱۷}

تحقیقات وزارت بهداشت نشان می‌دهد که در سراسر کشور، ۷۰ درصد از مردم قزاقستان بدون نسخه پزشک دارو مصرف می‌کنند. داروهای بدون نسخه، زمانی مصرف می‌شوند که افراد به سرماخوردگی یا آنفلانزا، مشکلات گوارشی، سرفه یا اختلال سیستم تنفسی مبتلا شوند. حدود ۵۰ درصد از مردم بدون نسخه پزشک آنتی‌بیوتیک مصرف می‌کنند. حدود ۶۰ درصد از مردم وقتی برای ملاقات پزشک ندارند و ۱۴ درصد از مردم خود را بهترین پزشک می‌دانند که صلاحیت کافی برای درمان خود را دارند. علاوه بر این بسیاری از افراد به خوددرمانی متوسل می‌شوند تا از اتلاف وقت در درمانگاه‌های عمومی رها گردند.



در سال ۲۰۱۲ جایگزینی نسخه‌های دست‌نویس با نسخه‌های الکترونیکی آغاز شد. هدف از خدمات نسخه الکترونیکی، شفافیت و تسهیل روابط بین کلینیک‌ها، بیماران و داروخانه‌ها است. این خدمات جدید در حال حاضر در قزاقستان جنوبی آزمون شده است. اگرچه این خدمات توسط اغلب افراد به عنوان یک گام بزرگ در پیشرفت تلقی می‌شود اما بیماران و پزشکان بر این باورند که این تغییر نیازمند کار بیش‌تری است. پزشکان زمان لازم را برای یادگیری این سیستم و نوشتن نسخه‌های الکترونیکی ندارند.

خدمات نسخه الکترونیکی به کنترل بیش‌تر توزیع دارو به ویژه آنتی‌بیوتیک‌ها، داروهای درمان هورمونی و داروهای ضدسرطان کمک خواهد کرد. اطلاعات در مورد داروهایی که نیاز به نسخه پزشک دارند بر روی اینترنت و در رسانه‌ها منتشر خواهد شد. در سال ۲۰۱۲ وزارت بهداشت و درمان اعلام کرد که دارو برای درمان سرپایی که پیش از این با ۵۰ درصد تخفیف به فروش می‌رسید رایگان می‌شود. این امر دسترسی به داروهای رایگان را به طور قابل توجهی افزایش داد.

۴-۹-۳- ورزش و تناسب اندام

تعداد افرادی که در قزاقستان به ورزش اهمیت می‌دهند در حال افزایش است. بر اساس آمار آژانس ورزش در سال ۲۰۰۹ حدود ۱۶/۷ درصد جمعیت به ورزش اهمیت می‌دادند که این تعداد در سال ۲۰۱۲ به ۲۰ درصد رسیده است که پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۰ به ۳۰ درصد افزایش یابد. محبوب‌ترین ورزش‌ها در قزاقستان فوتبال، هاکی روی یخ و دوچرخه‌سواری است. دوچرخه‌سواری یکی از تفریحات بسیار محبوب در میان کودکان و بزرگسالان قزاقستان است. عمومی شدن دوچرخه‌سواری به باز کردن مغازه‌های دوچرخه‌فروشی جدید به خصوص در آستانه و آلماتی منجر شده است. بوکس، کشتی و اسب‌سواری از جمله ورزش‌های فردی و سنتی قزاقستان به شمار می‌روند.

به گفته انجمن ملی تربیت بدنی و ورزش، قزاقستان در حال حاضر حدوداً دارای ۳۵۰۰ مجموعه ورزشی شامل باشگاه‌های بزرگ تناسب اندام با آخرین امکانات و باشگاه‌های ساده‌تر است. صنعت تناسب اندام با حدود ۲۰۰ باشگاه بیش‌ترین رشد را در آلماتی داشته است. به عنوان یک قاعده، در مراکز منطقه‌ای تعداد باشگاه‌های تناسب اندام حدود ۲۰ تا ۲۵ است. با این حال، به گفته مقامات انجمن ملی تربیت بدنی و ورزش، حتی در آلماتی که در آن امکانات ورزشی بیش‌تری در دسترس هستند، تعداد افرادی که به باشگاه‌ها مراجعه می‌کنند از ۱/۵ درصد جمعیت تجاوز نمی‌کند.

تقریباً تمام باشگاه‌ها کلاس‌های ایروبیک، بدنسازی و رقص ارائه می‌دهند. در فصول گرم بیش‌تر مردم به شرکت در کلاس‌های ایروبیک تمایل دارند. باشگاه فیدلیتی^{۱۱۸} بر اساس قاعده گرانس در فیزیک، برای

اولین بار در قزاقستان کلاس‌های گراویتی^{۱۱۹} ارائه داده است. کلاس‌های یوگا^{۱۲۰} و پيلاتس^{۱۲۱} در میان افراد مسن محبوب‌تر هستند. مدیریت باشگاه تناسب اندام آسفادل^{۱۲۲} اذعان می‌کند که در طول رکود اقتصادی محبوبیت باشگاه‌های تناسب اندام بین ۲۰ تا ۳۰ درصد کاهش یافت. در حال حاضر، تعداد زیادی از شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ به ترویج شیوه زندگی سالم در میان کارکنان خود پرداخته و هزینه مشارکت آن‌ها در فعالیتهای تناسب اندام و شنا را بر عهده گرفته‌اند.

۵-۹-۳- چاقی

نزدیک به ۳۲ درصد از جمعیت قزاقستان دارای اضافه وزن هستند و ۹/۵ درصد چاق محسوب می‌شوند. اگر عادات‌های غذا خوردن تغییر نکند کاهش این درصد در آینده نزدیک ممکن نیست. یکی از دلایل چاقی، فرهنگ تغذیه مردم است. مغازه‌های متعددی مشغول فروش طیف بسیار گسترده‌ای از مواد غذایی هستند. بسیاری از رستوران‌ها و مغازه‌های فست‌فود غذاهای آماده ارائه می‌دهند که اغلب چربی زیادی دارند. یکی دیگر از عوامل منفی، زندگی کم تحرک قزاقستانی‌ها است.

بسیاری از مردم برای کاهش وزن، مصرف مواد مخدر را به ورزش ترجیح می‌دهند. بیش‌تر افرادی که از چاقی و اضافه وزن رنج می‌برند به سراغ باشگاه ورزشی و یا ورزش در خانه نمی‌روند و معمولاً تمایل دارند طی چند روز به وزن ایده‌آل خود برسند. برخی از افراد با روش‌های جراحی اقدام به کاهش اندازه معده خود می‌کنند. این جراحی حدود ۴۰۰۰ دلار هزینه دارد.

با توجه به آخرین اطلاعات وزارت بهداشت و درمان، تعداد کودکان مبتلا به چاقی و اضافه وزن افزایش یافته است. در مرحله نخست، پزشکان از پدران و مادران درخواست می‌کنند از نزدیک بر رژیم غذایی فرزندان خود نظارت داشته باشند. به اعتقاد پزشکان، کودکان مواد غذایی فرآوری شده مانند چیپس سیب‌زمینی، بیسکویت، شیرینی و انواع دیگر مواد غذایی ناسالم که به چاقی کمک می‌کند را بیش از حد استفاده می‌کنند. پدران و مادران برای خرید ناهار در مدرسه به فرزندان خود پول می‌دهند اما اغلب مواقع کودکان پول خود را صرف خرید فست‌فود، تنقلات و چیپس می‌کنند.

۱۰-۳- عادات‌های مربوط به مصرف دخانیات

۱-۱۰-۳- میزان مصرف دخانیات

همانند بسیاری از کشورهای مستقل مشترک‌المنافع، مصرف دخانیات در قزاقستان بالا است. محبوب‌ترین

119 . Gravity

120 . Yoga

121 . Pilates

122 . Asfadel



محصول دخانی در این کشور سیگار است. در سال ۲۰۱۲ حدود ۳۲/۵ درصد از جمعیت بزرگسال قزاقستان سیگار می‌کشیدند. اما طبق برنامه‌ریزی‌های سازمان‌های متولی سلامت، این نسبت باید در پایان سال ۲۰۱۷ به ۲۲/۴ درصد کاهش یابد. بر اساس یک نظرسنجی که توسط مرکز ملی تحقیقات درباره مشکلات پزشکی و اجتماعی ناشی از مصرف مواد مخدر در میان دانشجویان شهرهای بزرگ صورت گرفته است، ۲۵ درصد افراد حداقل یک بار تنباکو مصرف کرده‌اند و ۶ درصد نیز به طور منظم سیگار می‌کشند.

در سال‌های اخیر، تعداد زنان سیگاری نیز افزایش یافته است. رواج سیگار در بین زنان در سال ۲۰۱۲ حدود ۹/۶ درصد بود که این در مقایسه با سال ۲۰۰۷ تقریباً ۱۱/۶ درصد افزایش را نشان می‌دهد. رواج سیگار در بین مردان در سال ۲۰۱۲ نزدیک به ۴۰ درصد برآورد شده است. البته پیش‌بینی شده است که این نسبت تا پایان سال ۲۰۱۷ به ۳۸/۷ درصد کاهش یابد. احتمالاً افزایش تعداد زنان سیگاری در نتیجه کمپین‌های تبلیغاتی دخانیات و وجود سیگارهایی با برندهای زنانه است. علاوه بر این، در سال‌های اخیر مصرف سیگار در میان زنان به عنوان هنجار پذیرفته شده است.

نظرسنجی وزارت بهداشت و درمان نشان می‌دهد که ۱۸/۹ درصد از افراد سیگاری برای تمدد اعصاب، ۱۳/۵ درصد برای لذت بردن و به صورت تفننی و ۱۰/۸ درصد برای انرژی گرفتن و به دلیل عادت سیگار می‌کشند. به طور متوسط یک قزاقستانی حدود ۱۴ نخ سیگار در روز دود می‌کند. مصرف سرانه تنباکو در سال ۲۰۱۵، بیش از ۱۵ هزار تنگه برآورد شده است.

در سال ۲۰۱۲ مجلس لایحه جدیدی را برای افزایش حداقل سن خریداران سیگار از ۱۸ به ۲۱ سال و محدود کردن فروش محصولات توتون و تنباکو به ساعات ۱۱ تا ۲۱ روزهای کاری هفته تصویب کرد. بر اساس این لایحه، سیگار را می‌توان تنها به افراد بالای ۲۱ سال و تنها در فروشگاه‌های خاصی با حداقل ۵۰۰ متر فاصله از نهادهای فرهنگی، سازمان‌های مراقبت سلامت، موسسات آموزشی و اماکن ورزشی به فروش رساند.

کشیدن سیگار در مکان‌های عمومی از سال ۲۰۰۹ ممنوع شده است. در سال ۲۰۱۳ آستانه به عنوان پایتخت بدون سیگار معرفی شد. مردم برای سیگار کشیدن در مکان‌های عمومی جریمه می‌شوند. حملات بر ضد سیگار کشیدن در سال ۲۰۱۳ ادامه یافت. در نتیجه پیش‌نویس قانونی که در آغاز سال ۲۰۱۳ به تصویب رسید تصاویر نشان دهنده عواقب سیگار کشیدن بر بسته‌های سیگار چاپ می‌شود. انتظار می‌رود که این کار تا حد زیادی تعداد افراد سیگاری را کاهش دهد.

افراد غیرسیگاری به زودی قادر خواهند بود از سیگار کشیدن دیگران در مکان‌های عمومی از طریق یک خط تلفن ویژه شکایت کنند. همراه با ممنوعیت کشیدن سیگار در اماکن عمومی، مقامات در حال

برنامه‌ریزی برای ممنوعیت کشیدن قلیان در اماکن عمومی هستند که به احتمال زیاد کاهش فروش در فروشگاه‌های ویژه فروش قلیان و لوازم جانبی را در پی خواهد داشت. ضمن این که این ممنوعیت، تقاضا برای قلیان در بارها و کافه‌ها را که در سال‌های اخیر کشیدن قلیان در آن‌ها باب شده بود، کاهش می‌دهد. این کمپین به مدت پنج سال، ۲۰۱۴-۲۰۱۹، اجرا می‌شود.

۲-۱۰-۳- نگرش به مصرف دخانیات

بررسی انجام شده توسط ائتلاف ملی انجمن پزشکی، سازمان‌های غیردولتی و دولتی نشان می‌دهد که حدود ۲۶ درصد مردم از ممنوعیت کامل تولید و واردات تنباکو و ۱۴ درصد آن‌ها از ممنوعیت کشیدن سیگار در اماکن عمومی و خودروهای شخصی حمایت می‌کنند. علاوه بر این ۱۲ درصد از مردم تمایل خود را به نشان دادن کارت شناسایی به منظور خرید سیگار و ثبت نام در یک پایگاه داده ابراز کرده‌اند. حدود ۳۰ درصد از مردم اعتقاد دارند که افراد سیگاری مشتاق ترک، نیاز به دریافت مراقبت‌های پزشکی دارند و ۱۸ درصد تمام این اقدامات را لازم می‌دانند.

بر اساس مطالعه دیگری که توسط موسسه دموکراسی انجام شده است، ۸۶/۵ درصد از افراد غیر سیگاری در قزاقستان، ممنوعیت سیگار کشیدن در مکان‌های عمومی را بسیار مناسب تلقی می‌کنند. ۵۶/۷ درصد معتقدند که این اقدام اثرات مضر دود سیگار بر غیرسیگاری‌ها را کاهش می‌دهد. ۴۲/۸ درصد معتقدند که ممنوعیت سیگار کشیدن در مکان‌های عمومی تعداد نوجوانان سیگاری را کاهش می‌دهد. در حدود ۲۴/۵ درصد معتقدند این قانون به مصرف کم‌تر سیگار منجر می‌شود و ۲۸/۷ درصد معتقدند که ممنوعیت سیگار کشیدن به حفظ نظم در مکان‌های عمومی کمک خواهد کرد. بنا به گزارش مرکز ملی شیوه زندگی سالم، اگر بسته‌های سیگار تصاویری از بیماری‌های ناشی از مصرف سیگار را نشان دهد، انتظار می‌رود تقریباً یک میلیون نفر سیگار را ترک نمایند.

۱۱-۳- عادات‌های خرید

۱-۱۱-۳- نگرش نسبت به خرید

بهبود درآمد سرانه و افزایش قدرت خرید در یک دهه گذشته، نگرش مردم قزاقستان را به خرید تغییر داده است. در طول این سال‌ها، خرید به نوعی سرگرمی و تفریح برای مصرف‌کنندگان با درآمد بالا و متوسط تبدیل شده است. بسیاری از خانواده‌ها به مراکز تجاری و خریدی مراجعه می‌کنند که بتوانند در آن استراحت کرده و کمی خرید کنند. مصرف‌کنندگان به کیفیت بهتر و تأثیر کیفیت بر قیمت آگاه شده‌اند. در خرید لباس، مصرف‌کنندگان کم درآمد هنوز هم از محصولات کشور چین استفاده می‌کنند که عموماً کیفیت پایینی دارند و ارزان‌تر هستند، اما مصرف‌کنندگان با درآمد بالا به تدریج به محصولات برندهای



برتر و عمدتاً ترک روی آورده‌اند.

هنگامی که مردم قزاقستان به خارج از کشور به ویژه امارات متحده عربی و یا ترکیه سفر می‌کنند، تعطیلات خود را با خرید ادغام می‌کنند. آگاهی از قیمت و شک نسبت به مراکز خرید و پوشاک مارک‌دار در داخل کشور، باعث شده تا افراد با درآمد بالا خرید خود را خارج از کشور انجام دهند.

۲-۱۱-۳- فروشگاه‌های اقلام مصرفی خانوار

جامعه‌شناسان موسسه خط مشی‌های سیاستی، برای اطلاع از مکان‌هایی که مصرف‌کنندگان از آن‌جا مواد غذایی، محصولات خانگی، پوشاک و لباس تهیه می‌کنند، ۱۶ شهر را مورد بررسی قرار داده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که بیش از ۶۶ درصد از مردم ترجیح می‌دهند مواد غذایی مصرفی روزانه خود مانند شیر و نان را از مغازه‌های نزدیک منزل تهیه کنند، در حالی که ۲۱/۸ درصد سوپر مارکت‌ها و ۹/۲ درصد بازار را انتخاب می‌کنند.

بیش‌تر مردم ساکن در شهرهای بزرگ سوپر مارکت‌ها را ترجیح می‌دهند. در آلماتی و آتیراؤ تقریباً ۵۰ درصد مردم خرید از سوپرمارکت‌ها را ترجیح می‌دهند، این نسبت در کاراگاندا به ۴۰/۸ درصد، در آستانه به ۳۸/۹ درصد و در آکتوبه به ۳۱/۴ درصد می‌رسد. مردم ساکن جنوب ترجیح می‌دهند مواد غذایی روزانه را از فروشگاه‌های نزدیک خانه خود تهیه کنند. این افراد در تاراز ۹۸/۷ درصد، در شیمکنت ۷۵ درصد و در کیزیل‌اوردا ۷۰ درصد جمعیت را تشکیل می‌دهند. عادت خرید و انتخاب به طور عمده به در دسترس بودن سوپرمارکت‌های تک و یا سوپرمارکت‌های زنجیره‌ای بستگی دارد. ساکنین مناطق جنوبی، هنگامی که برای خریدهای عمده از منزل خارج می‌شوند بازار را به فروشگاه‌های مواد غذایی ترجیح می‌دهند.

تقریباً ۳۷/۳ درصد از مردم قزاقستان هنگام مراجعه به سوپرمارکت‌ها، مواد غذایی مورد استفاده چند روز خود را از جمله غلات، حبوبات، نوشابه و کیک تهیه می‌کنند. کمی کم‌تر و در حدود ۳۴/۵ درصد افراد به بازار می‌روند. نزدیک به ۲۱ درصد، محصولات مورد نیاز خود در طول یک هفته را از فروشگاه‌های نزدیک خانه می‌خرند. در آلماتی، آستانه و آکتوبه، انواع مختلف سوپرمارکت‌ها و مراکز خرید در دسترس هستند. در حالی که مصرف‌کنندگان در شهرهای کوچک‌تر به این مراکز دسترسی ندارند و برای تهیه مواد غذایی باید به بازار مراجعه کنند.

نحوه خرید اقلام مصرفی، بسته به سطح درآمد مصرف‌کنندگان متفاوت است. مصرف‌کنندگان با درآمدهای متوسط و بالا ترجیح می‌دهند برای خرید روزانه مواد غذایی به مغازه‌های محلی و فروشگاه‌های عمومی بروند. آن‌ها معمولاً در مسیر برگشت به خانه از محل کار یا در تعطیلات آخر هفته خرید می‌کنند تا مجبور نباشند همانند زمانی که به فروشگاه‌های ارزان‌تر مانند بازار مواد غذایی و یا فروشگاه‌های دارای تخفیف

می‌روند پیاده روی زیاد داشته یا در مسافت‌های طولانی رانندگی کنند.

با این حال عادت‌های خرید مصرف‌کنندگان کم‌درآمد کمی متفاوت است. برای آن‌ها کیفیت و راحتی نسبت به قیمت اهمیت کم‌تری دارد. برای مثال، بازنشستگان چه برای مصرف روزانه و چه برای مصرف در طول هفته یا بیش‌تر عمدتاً از بازارها خرید می‌کنند. هر واحد پول برای آن‌ها ارزش دارد؛ آن‌ها نمی‌توانند از فروشگاه‌های مواد غذایی محلی که مواد غذایی را با قیمت‌های بالاتری به فروش می‌رسانند خرید کنند.

۳-۱۱-۳- خرید اقلام بادوام

مردم قزاقستان هنگام خرید کالاهای بادوام، مشاوره و توصیه‌های دوستان و آشنایان خود را به دقت دنبال می‌کنند. برخی از مردم قبل از خرید کالاهای بادوام مانند اتومبیل و لوازم الکترونیکی خانگی، تحقیقات مقدماتی را از طریق اینترنت انجام می‌دهند. آن‌ها به مقایسه قیمت‌ها و بررسی نظرات مصرف‌کنندگان می‌پردازند. افراد مسن‌تر بیش‌تر به توصیه‌های دیگران تکیه می‌کنند، چرا که به استفاده از اینترنت عادت ندارند. در مقابل افراد جوان‌تر گرایش بیش‌تری به استفاده از اینترنت دارند، زیرا می‌توانند از این طریق با دیدگاه‌های بسیاری از مصرف‌کنندگان آشنا شوند. مردم قزاقستان به برندهای جا افتاده اعتماد می‌کنند اما زمان بیش‌تری را صرف تحقیق درباره نام‌های تجاری ناشناخته و جدیدتر می‌کنند.

کالاهای مصرفی بادوام به‌طور عمده در نمایندگی‌ها به فروش می‌رسند. کانال‌های آنلاین هنوز طرفدار زیادی ندارند، زیرا مصرف‌کنندگان تمایل دارند ابتدا محصولات را ببینند و امتحان کنند. کانال‌های آنلاین به‌طور عمده برای اطلاع از دامنه محصولات و مقایسه قیمت‌ها قبل از خرید در یک فروشگاه واقعی استفاده می‌شوند.

مردم قزاقستان به ندرت به اشکال جدید کالاها توجه می‌کنند و بیش‌تر لوازم خانگی سنتی خریداری می‌کنند. برای مثال، آن‌ها اغلب از مدل‌های جدید یخچال چشم‌پوشی کرده و ترجیح می‌دهند یخچالی سنتی به رنگ سفید با فریزری در قسمت پایین تهیه کنند. در سال ۱۳۹۴ کشور ایران انواع مختلف یخچال را به ارزش حدود ۱۱ میلیون دلار به کشورهای عراق، امارات متحده عربی، آذربایجان، بحرین و ... صادر کرده است که سهم قزاقستان در صادرات این نوع محصولات تقریباً صفر بوده است.

مدیر اتحادیه اتومبیل قزاقستان می‌گوید که مردم ترجیح می‌دهند اتومبیل‌های دست دوم تهیه کنند، زیرا این اتومبیل‌ها قیمت و کیفیت بهتری دارند. محبوب‌ترین سایت اینترنتی که در آن صاحبان خودرو و خریداران بالقوه به تبادل اطلاعات در مورد اتومبیل و لوازم جانبی می‌پردازند سایت Kolesa.kz است. اتومبیل‌ها را می‌توان در بازارهای بزرگ خارج از شهر خریداری کرد یا به فروش رساند.



بر اساس گزارش منتشر شده در صفحه اصلی بانک اعتباری جی‌اس‌سی^{۱۲۴}، اولویت‌های مردم قزاقستان برای خرید لوازم الکترونیکی، در حال تغییر است. این مسئله نشان دهنده افزایش استانداردهای زندگی است. تلویزیون، لپ‌تاپ و گوشی‌های تلفن همراه در ردیف اولین خریدها هستند. میلمان که در آلماتی محبوب‌ترین خرید در میان کالاهای بادوام بود، به تدریج جای خود را به لوازم صوتی و تصویری داده است. لازم به ذکر است صادرات ایران در گروه میلمان حدود ۳۴ میلیون دلار است که از این رقم ۲۳ میلیون دلار آن به قزاقستان صادر شده است.

۴-۱۱-۳- خرید شخصی

به طور کلی در قزاقستان، مخارج مصرفی بر روی لباس و کفش افزایش یافته است. با این حال تفاوت‌های منطقه‌ای در قدرت خرید، عادات‌های خرید را تحت تاثیر قرار داده است. مردم در جنوب، اغلب محصولات ارزان‌تر را به قیمت از دست دادن کیفیت می‌خرند. در شهرهای بیش‌تر توسعه‌یافته، افراد در انتخاب محصولات و لباس و سواس بیش‌تری به خرج می‌دهند.

بسیاری از مردم به ویژه افراد کم درآمد ساکن نواحی جنوبی، برای خرید کفش و لباس به بازارهای لباس مراجعه می‌کنند. مردم با درآمد بالاتر در شهرهای آلماتی، آکتوبه، آستانه و اوست-کامنوگورسک^{۱۲۵} ترجیح می‌دهند خریدهای خود را از مراکز خرید و یا فروشگاه‌های برند انجام دهند.

بر اساس گزارش موسسه خط‌مشی‌های سیاستی، ۳۳ درصد از مردم قزاقستان، پودر لباسشویی، مواد شوینده و سایر محصولات مصرفی خانگی را از سوپرمارکت‌ها تهیه می‌کنند. حدود ۲۶ درصد برای خرید این محصولات به بازارها مراجعه می‌کنند، در حالی که ۲۳ درصد مغازه‌ها را انتخاب می‌کنند. در حال حاضر، در حدود ۱/۵ درصد از مصرف‌کنندگان به خرید آنلاین روی آورده‌اند.

تقاضای مصرف‌کنندگان برای اقلام لوکس در حدود ۷۰۰ تا ۸۰۰ میلیون دلار در سال برآورد شده است. با این حال این اعداد دقیقاً نشان نمی‌دهد که در قزاقستان چه مبلغی توسط مصرف‌کنندگان صرف اقلام لوکس می‌شود. چرا که در عمل بسیاری از مردم برای خرید به خارج از کشور سفر می‌کنند. این به معنای آن است که مخارج صرف شده برای خرید اقلام لوکس در کشور پایین‌تر است. مردم تمایل دارند اقلام لوکس را خارج از قزاقستان تهیه کنند تا با توجه به واردات غیرقانونی از چین و کشورهای همسایه از کیفیت محصولات مطمئن باشند.

۵-۱۱-۳- تجارت الکترونیک

هر چند فروشگاه‌های آنلاین در حال گسترش هستند، اما به طور کامل از همه ظرفیت آن‌ها استفاده

نمی‌شود. این فروشگاه‌ها به سادگی اطلاعاتی از ویژگی‌های محصولات موجود خود را در اختیار می‌گذارند. در حال حاضر حدود یک درصد از بازار خرده‌فروشی در کشور اینترنتی است. تقاضا برای تجارت الکترونیک در بخش خدمات به خصوص برای خرید بلیط هواپیما، قطار و ارتباطات بیش‌تر است. ایرآستانه و جی‌اس‌ام قزاقستان کیسیل^{۱۲۶} از فعالان بزرگ این بازار می‌باشند.

حدود ۱۵ درصد از لوازم الکترونیکی مصرفی به صورت آنلاین به فروش می‌رسد. مصرف‌کنندگان اکثر محصولات مورد نیاز خود را از خرده‌فروشان آنلاین با سابقه طولانی خرده‌فروشی مانند ای‌ال‌اس‌آی^{۱۲۷}، کامپیوتر آلسر^{۱۲۸}، سالپاک^{۱۲۹} و لجیکام^{۱۳۰} تهیه می‌کنند. اغلب فروشگاه‌های آنلاین به سادگی مکمل فروشگاه‌های آنلاین شده‌اند.

تعداد کمی از مردم لباس و کفش را به صورت آنلاین خریداری می‌کنند زیرا بسیاری از سایت‌های فروشنده این اقلام توسط افراد مدیریت می‌شود. به طور کلی این سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی قابل اعتماد نیستند. علت ضعیف بودن بازار تجارت الکترونیک را می‌توان در عدم وجود عرضه‌کنندگان حرفه‌ای، عدم سرمایه‌گذاری و زیرساخت‌های توسعه نیافته جستجو کرد. با این وجود بازارهای تجارت الکترونیک دارای پتانسیل عظیمی است. انتظار می‌رود با ورود عرضه‌کنندگان حرفه‌ای و جذب سرمایه‌گذاری، تقاضا برای تجارت الکترونیک افزایش یابد.

خریداران آنلاین عمدتاً تجهیزات، تلفن‌های همراه و محصولات کامپیوتری می‌خرند زیرا اطلاعات زیادی درباره این محصولات بر روی اینترنت در دسترس است و لازم نیست این محصولات را قبل از خرید امتحان کنند. گراس^{۱۳۱}، یک فروشگاه آنلاین مواد غذایی بود که در کار خود با شکست مواجه شد. چرا که مردم قزاقستان به خرید مواد غذایی از سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های مواد غذایی عادت دارند و ترجیح می‌دهند اقلام مورد نیاز را خود از میان قفسه‌ها انتخاب کنند.

مصرف‌کنندگانی که از تجارت الکترونیکی استفاده می‌کنند به طور عمده در شهرهای بزرگ متمرکز شده‌اند. حدود ۶۰ درصد از فروشگاه‌های آنلاین در شهر آلماتی، حدود ۲۰ درصد در آستانه و ۲۰ درصد باقی‌مانده در دیگر شهرهای بزرگ واقع شده‌اند. اگرچه تجارت آنلاین هنوز در استان‌ها راه‌اندازی نشده است، اما پتانسیل آن وجود دارد. از منظر نفوذ اینترنت، استان‌ها نسبت به شهرهای بزرگ تأخیر دارند.

126 . Air Astana and GSM Kazakhstan/Kcell

127 . ALSI

128 . Alser Computers

129 . Sulpak

130 . Logycom

131 . Gross



گستره جغرافیایی و تعداد محدود شهرها مانع توسعه تجارت الکترونیک در این مناطق است. اگرچه تقاضا برای تجارت الکترونیک در حال رشد است، اکثریت جمعیت از موفقیت‌های آن بی‌اطلاع بوده و به شیوه آنلاین بی‌اعتماد هستند.

خدمات کوپن یا کالا برگ یک روش جدید است. شناخته شده‌ترین آن‌ها Chocoflife.me و Besmart.kz بسیار شبیه به گروهین^{۱۳۲} هستند. بیش‌ترین تقاضا برای خدمات کوپن مربوط به شهرهای آستانه و آلماتی با ۱۰ درصد ثبت نام ساکنان است. بسیاری از پیشنهادات به خدمات سرگرمی، زیبایی، بهداشت، آموزش، تعمیر و نگهداری، تفریح و گردشگری مربوط است. پیشنهادات کم‌تری به لوازم خانگی، لوازم با تکنولوژی جدید، لباس، مبلمان و اسباب بازی مربوط می‌شود. خدمات این سایت‌ها با تخفیف‌های قابل توجه در حدود ۵۰ تا ۷۰ درصد ارائه می‌شود.

خدمات کوپن به تازگی ظهور پیدا کرده است و مصرف‌کنندگان هنوز هم به منافع استفاده از آن‌ها آگاه نیستند. اکثر مصرف‌کنندگان تصور می‌کنند شرکت‌هایی که کالاها و خدمات را در پورتال کوپن تبلیغ می‌کنند می‌خواهند بدون دردسر کالاها را بنجل خود را بفروشند. خدمات کوپن در میان خانم‌ها شهرت بیش‌تری دارد و ۶۵ درصد از تقاضای کوپن‌ها متعلق به خانم‌هاست.

۱۲-۳- عادات‌های گذران اوقات فراغت

۱۲-۳-۱- فراغت در خانه

با توجه به پیشرفت تکنولوژی، عادات‌های مربوط به گذراندن اوقات فراغت به سرعت در بین مردم قزاقستان در حال تغییر است. طبق نظرسنجی‌های انجام شده، ۱۳/۳ درصد از مردم قزاقستان ترجیح می‌دهند زمانشان را با دوستانشان در کافه‌ها سپری کنند. ۱۰ درصد از مردم علاقه‌مند به کتاب خواندن و ۹/۳ درصد علاقه‌مند به ورزش کردن هستند. ۸/۴ درصد نیز موسیقی گوش می‌دهند یا یکی از انواع آلات موسیقی را می‌نوازند. حدود ۸ درصد از مردم زمانی که در خانه هستند آشپزی می‌کنند. تعداد برنامه‌های آشپزی که در تلویزیون پخش می‌شود در حال افزایش است. تفریح‌هایی که در زمان شوروی سابق معمول بود مانند کلوب‌های جوانان طرفدار طبیعت، کلوب‌های رادیو الکترونیکی، کلوب‌های طرفداران هواپیما و ... دیگر قدیمی به نظر می‌رسد.

در حال حاضر یکی از فعالیت‌های مورد علاقه مردم هنگامی که در خانه می‌مانند، تماشای برنامه‌های تلویزیونی از طریق تلویزیون یا کامپیوتر است. افراد ۶۰ ساله یا مسن‌تر اوقات فراغتشان را بیش‌تر به مطالعه کتاب یا تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهند. داشتن اینترنت پرسرعت باعث شده که افراد بیش‌تر تمایل

داشته باشند که در منازل بمانند و در اینترنت بگردند. یکی از فعالیت‌های محبوب بین ۳۰ درصد از مردم قزاقستان بازدید از شبکه‌های اجتماعی است. افراد جوان بیش‌ترین وقت خود را صرف بازی‌های کامپیوتری می‌کنند. یکی از محبوب‌ترین این بازی‌ها در بین همه گروه‌های سنی، هنرجنگ^{۱۳۳} است.

۲-۱۲-۳- فراغت بیرون از خانه

قزاقستانی‌ها به فعالیت‌های بیرون از خانه علاقه‌مند هستند. رفتن به کنسرت یا رستوران جزء فعالیت‌های سنتی در اوقات فراغت است. اما تعداد محدودی از مردم می‌توانند از عهده مخارج این نوع فعالیت‌ها به طور منظم برآیند. فعالیت‌های سرگرم‌کننده در شوروی سابق با آن‌چه امروز در قزاقستان رایج است تفاوت دارد. امروزه تعداد کمی از قزاقستانی‌ها از نمایشگاه‌های هنر، کتابخانه‌ها، موزه‌ها و تئاتر بازدید می‌کنند. با توجه به محبوبیت اینترنت، استفاده از کتابخانه‌ها کم‌رنگ شده است. مردم هیچ علاقه‌ای به استفاده از کتابخانه‌های عمومی ندارند زیرا می‌توانند با استفاده از اینترنت در ظرف چند دقیقه اطلاعات وسیعی را پیدا کنند. مردم قزاقستان به انتخاب فعالیت‌های جمعی مانند بازدید از پارک و شهربازی، رستوران‌ها، کافه‌ها و بارها معروف هستند.

سازمان‌دهی گردش‌های دسته‌جمعی با وجود مطلوبیت زیاد، کار دشواری است. به همین دلیل، مردم تمایل دارند به جای آن، در خانه با خانواده یا دوستان بمانند. اکثر مردم از سفرهای تفریحی لذت می‌برند. اما فعالیت‌هایی که به قدرت بدنی نیاز دارد از کم‌ترین محبوبیت برخوردارند. خیلی از قزاقستانی‌ها علاقه چندانی به فعالیت‌های بیرون از خانه مثل رفتن به باشگاه ورزشی و تناسب اندام، کلوب‌های شبانه و سپری کردن اوقات خود در اطراف شهر ندارند.

با توجه به افزایش محبوبیت فوتبال در بین مردم، کارآفرینان، زمین‌های کوچک فوتبال را با همه امکانات لازم به علاقه‌مندان اجاره می‌دهند. در مجموع این قیمت‌های مناسب است که باعث شده فوتبال در میان جوانان و بزرگسالان موردپسند قرار بگیرد. معمولاً فوتبال را عصرها بعد از کار و در طول روز در آخر هفته بازی می‌کنند.

۱۳-۳- عادت‌های هدیه دادن در جشن‌ها

برخی از تعطیلات رسمی در کشور قزاقستان به زمان شوروی سابق باز می‌گردد. مهم‌ترین آن‌ها، تعطیلات سال نو (اول ژانویه)، روز جهانی زن (هشتم مارس)، روز پیروزی (نهم می) و روز استقلال (۱۶ دسامبر) است. مراسم جشن سال نو از دوره شوروی سابق برقرار است و در شب ۳۱ دسامبر شروع می‌شود.



جشن‌های سال نو در بقیه کشورهای اتحاد جماهیر شوروی سابق نیز مشابه است. بر طبق یک نظرسنجی که در سال ۲۰۱۲ انجام شده است، بیش از ۸۰ درصد قزاقستانی‌ها در شب سال نو به یکدیگر هدیه می‌دهند. برای ۶۵/۸ درصد از مردم، هدایای سال نو اهمیت زیادی دارد. طبق نظرسنجی‌های انجام شده، به طور متوسط مردم قزاقستان تمایل دارند بیش از ۲۰ هزار تنگه از بودجه خود را در تعطیلات هزینه کنند. آماده سازی برای تعطیلات سال نو از چند ماه جلوتر شروع می‌شود. نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که ۱۴ درصد از زنان و ۲۸ درصد از مردان جواهرات و گوشی موبایل را به عنوان هدایای سال نو انتخاب می‌کنند. دومین کادو مورد علاقه مادران برای فرزندانشان لپ‌تاپ (۷ درصد) است، مردان هم برای زنان مورد علاقه خود کت سمور (۱۳ درصد) تهیه می‌کنند. ۶ درصد از خانم‌ها لوازم آرایشی و عطر و ۷ درصد از مردان گل می‌خرند. دیگر کادوهایی که افراد برای عزیزان خود تهیه می‌کنند عبارتند از تلویزیون، اسباب بازی و لوازم خانگی کوچک. اولین افرادی که هدایا را دریافت می‌کنند معمولاً بستگان نزدیک، همسران، فرزندان، نوه‌ها و والدین هستند. مردم قزاقستان به‌طور میانگین، برای درخت کریسمس و غذاهای سال نو به ترتیب در حدود ۴۶ و ۱۰۰ دلار آمریکا هزینه می‌کنند.

در قزاقستان روز جهانی زن به طور گسترده جشن گرفته می‌شود. تمام مردان در این روز برنامه‌ریزی می‌کنند که چه چیزی به مادر، دختر، عمه، خاله، مادر بزرگ، نامزد یا همسرشان هدیه بدهند. در تمام شرکت‌ها، مردان به همکارهای خانم خود این روز را تبریک گفته و جشن می‌گیرند. دسته گل از محبوب‌ترین کادوهاست که غالباً همراه با کادویی دیگر داده می‌شود. گل رز، گل لاله، گل داوودی و ژربرا^{۱۳۴} از مورد علاقه‌ترین گل‌هاست. معمولاً از چند روز قبل از ۸ مارس، به دلیل افزایش شدید تقاضا، قیمت‌های گل حداقل ۳۰ درصد افزایش پیدا می‌کند. با وجود تقاضای بسیار بالا برای گل در قزاقستان، در سال ۲۰۱۴ ارزش صادرات گل ایران به قزاقستان تنها ۱۶۶۸ دلار بوده و صرفاً به گل سرخ محدود شده است.

در روز پیروزی، بسیاری از مردم آلمانی، نه فقط سربازان جنگ، به مکان اترنال فلیم^{۱۳۵} در پارک پانفیلو^{۱۳۶} می‌آیند و برای یادبود ۲۸ پاسداری که به‌طور قهرمانانه در ۱۶ نوامبر ۱۹۴۱ هنگام دفاع از مسکو فوت کردند، بر روی زمین گل قرار می‌دهند. اصلی‌ترین تعطیلات ملی، روز استقلال یعنی ۱۶ دسامبر، روز قانون اساسی یعنی ۳۰ آگوست و روز جمهوری یعنی ۲۵ اکتبر است. در بین تعطیلات جدید می‌توان به جشن "وحدت مردم قزاقستان" اشاره کرد که در روز اول می برگزار می‌شود.

یکی از تعطیلات مهم در قزاقستان نوروز است. نوروز در ۲۲ مارس جشن گرفته می‌شود. دولت شوروی

134 . Gerbera

135 . Eternal Flame

136 . Panfilov Park

سابق در ۱۹۲۶ نوروز را منسوخ کرد، اما این جشن در ۱۹۸۸ مجدداً احیاء شد. در تاریخ ۱۵ مارس ۱۹۹۱، تعطیلات ۲۲ مارس به تعطیلات رسمی کشور تبدیل شد. نوروز یکی از قدیمی‌ترین جشنواره‌ها در جهان است. بیش از ۵۰۰۰ سال است که نو شدن طبیعت جشن گرفته می‌شود. در این روز مردم در خیابان‌های شهرها و روستاها چادرهای نم‌دی برپا می‌کنند و با خوردن غذا از جشن لذت می‌برند. اسب سواران در مسابقات سنتی شرکت می‌کنند. اکثر شرکت‌های داخلی و خارجی کمک‌های خیریه‌ای به یتیم‌خانه‌ها، مدارس شبانه‌روزی، خانه‌های سالمندان، خانواده‌های بدون سرپرست و دیگر اعضای نیازمند جامعه اهدا می‌کنند.

روز ولنتاین (۱۴ فوریه) در بین جوانان بسیار محبوب است. طبق گزارش هوم کردیت بانک^{۱۳۷}، به‌طور میانگین حدود ۱۰ درصد از درآمد ماهانه افراد صرف خرید کادو می‌شود. این هدایا عبارتند از کارت تبریک به ارزش ۳ دلار، گل به ارزش ۲۰ دلار، شکلات و شیرینی به ارزش ۱۰ دلار، شام دو نفره به ارزش ۵۰ دلار، اسباب بازی‌های نرم در حدود ۲۰ دلار، لوازم آرایشی و عطر در حدود ۵۰ دلار و جواهرات در حدود ۱۵۰ دلار.

مهم‌ترین جشن‌های خانوادگی مراسم عروسی، تولد نوزادان، سالگردها به خصوص برای افراد مسن است. این جشن‌ها نسبتاً بزرگ است و تعداد مهمان‌ها می‌تواند بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ نفر باشد. مهمانان تمایل دارند که به میزبان کارت تبریک به همراه گل هدیه دهند. هدایای ازدواج به‌طور وسیعی متفاوت است. براساس ادعای مجله زنان سزون^{۱۳۸}، یکی از هدایای محبوب پول است که اغلب مقدار آن ۵۰ دلار آمریکا یا بیش‌تر است و بهتر است در یک پاکت سفید بدون نوشته قرار گیرد. در قزاقستان دادن کارت و چنگال، آینه یا سوزن به عنوان هدیه ظاهر بدی دارد. همچنین اهدای ساعت به عنوان هدیه توصیه نمی‌شود، زیرا به معنای این است که مردم باید مکانی را زود ترک کنند. در تولد نوزادان معمولاً کالسکه و کریر، اسباب بازی، لوازم جانبی حمام و لباس هدیه داده می‌شود.

۱۴-۳- فرهنگ

قزاقستان، در حال تجربه یک دوره احیاء ملی پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی است. این احیاء در صنایع دستی ملی، آداب و رسوم، مراسم و ورزش‌های ملی، مذهب، آموزش و پرورش ملی و زبان قزاقی مشاهده می‌شود. سبک زندگی سنتی مردم تا حد زیادی تحت تأثیر روسیه، جوامع غربی و همچنین دیگر کشورهای آسیای مرکزی و چین بوده است.



در حدود ۳۹ سازمان ملی و بیش از ۶۰۰۰ سازمان فرهنگی منطقه‌ای در سراسر کشور فعال هستند. این سازمان‌ها شامل ۱۶۴ موزه، ۳۷۶۳ کتابخانه، ۲۳۲۰ باشگاه، ۵۰ تئاتر، ۲۴ سالن کنسرت، ۵۸ سالن تئاتر فیلم و تئاتر تلویزیونی، ۴۵۸ سینما، ۴ باغ وحش، ۲ سیرک، ۲۸ پارک و مرکز تفریحی است. در مدتی که از استقلال قزاقستان می‌گذرد، دو آپرا و تئاتر باله در شهرهای آستانه و شیمکنت افتتاح شده‌اند. ۱۰ سالن درام، درام موزیکال و تئاتر عروسکی هم در دیگر شهرها افتتاح شده است.

بر اساس یافته‌های یک نظرسنجی، تقریباً ۴۰/۱ درصد از جمعیت قزاقستان در طول سال چندین کتاب مطالعه می‌کنند، ۲۱/۶ درصد بین ۱ تا ۳ کتاب در ماه می‌خوانند و ۱۳/۳ درصد از جمعیت به ندرت زمانی را صرف خواندن کتاب می‌کنند. با وجود رشد و نفوذ اینترنت، کتاب‌های چاپی هنوز هم مورد علاقه بسیاری از افراد هستند. ۷۵/۲ درصد از مردم کماکان کتاب چاپی را ترجیح می‌دهند. حدود ۱۹ درصد افراد کتاب‌ها را از وب سایت‌ها دانلود و از طریق مانیتور کامپیوتر یا ابزارهای دیگر مطالعه می‌کنند. تقریباً ۶ درصد علاقه دارند که به کتاب‌های صوتی گوش دهند. کتب الکترونیکی بین افراد ۱۸ تا ۲۹ سال محبوب است، در حالی که ۹۰ درصد افراد ۶۰ سال یا بالاتر کتاب‌های کاغذی سنتی را ترجیح می‌دهند.

۱۵-۳- استفاده از وسایل نقلیه

۱-۱۵-۳- اتومبیل شخصی

قیمت اتومبیل سواری در مقایسه با درآمد بسیاری از مردم قزاقستان خیلی بالا است. با این حال تعداد اتومبیل‌های سواری شخصی در حال افزایش است. طبق اطلاعات مرکز آمار قزاقستان در سال ۲۰۱۵ به ازای هر ۱۰۰ نفر جمعیت قزاقستان، ۲۱ اتومبیل سواری وجود داشته است. بر این اساس، تعداد اتومبیل‌های سواری در این سال در حدود ۳/۶ میلیون دستگاه برآورد می‌شود. در نتیجه رژیم گمرکی جدید، تقاضای مصرف‌کنندگان قزاقستان به طور کامل به سمت برندهای جدید اتومبیل تغییر پیدا کرده است. سه نوع اتومبیل پیشرو در قزاقستان لادا پریورا^{۱۳۹}، لادا سامارا^{۱۴۰} و اوز دوو نکسیا^{۱۴۱} هستند. این سه برند، بیش از یک سوم بازار قزاقستان را در اختیار دارند. پیش از این خریداران اتومبیل بیش‌تر به دنبال قیمت‌های پایین بودند و ماشین‌های دست دوم را می‌خریدند. اما طبق نظر بورژان کوپار^{۱۴۲} از بانک اوراسیا، در سال ۲۰۱۳ تقاضای مصرف‌کنندگان تقریباً به‌طور کامل به ماشین‌های جدید اختصاص داشته است. تقویت جایگاه صنعت مونتاز قزاقستان، طیف گسترده محصولات و همچنین اتخاذ استراتژی‌های جذاب

139 . Lada Priora

140 . Lada Samara

141 . UZ-Daewoo Nexia

142 . Baurzhan Coupur

قیمتی از مهم‌ترین دلایل این امر به شمار می‌روند.

در قزاقستان به طور متوسط حدود ۲۸ درصد خانوارها اتومبیل دارند. مالکیت خودرو سواری در آلماتی بیش از سایر نقاط است. در این شهر ۳۴/۳ درصد خانوارها اتومبیل شخصی دارند. کم‌ترین نرخ مالکیت اتومبیل نیز در جنوب قزاقستان است. در این مناطق تنها ۱۴/۴ درصد خانوارها مالک اتومبیل شخصی هستند. با توجه به افزایش قیمت بنزین، برخی از افراد نوع سوخت اتومبیل خود را از بنزین به گاز طبیعی فشرده تغییر داده‌اند. تعداد این افراد نزدیک به ۲۸۰ هزار نفر است که در مقایسه با کل مالکان اتومبیل‌های سواری بسیار اندک هستند. اتومبیل‌های سواری گازسوز محبوب نیستند. زیرا تعداد ایستگاه‌های مخصوص گاز کافی نیست و دوگانه‌سوز کردن اتومبیل‌های بنزین‌سوز به دلیل نیاز به نصب مخزن‌های گاز پرهزینه است. علاوه بر این، مالکان نسبت به امنیت و عملکرد اتومبیل خود بعد از دوگانه‌سوز کردن بدبین هستند.

۲-۱۵-۳- وسایل حمل و نقل عمومی

سیستم حمل‌ونقل عمومی در قزاقستان نسبتاً توسعه یافته است. توسعه یافته‌ترین زیرساخت‌ها در شهرهای بزرگی همچون آلماتی، آستانه و شیمکنت وجود دارد. بسیاری از مردم مخصوصاً افراد شهری، تمایل دارند که از وسایل حمل‌ونقل عمومی استفاده کنند. محبوب‌ترین وسایل حمل‌ونقل عمومی، اتوبوس، تاکسی، اتوبوس برقی، تراموا و قطار است. در سال ۲۰۱۴ تعداد ۱۶/۷ میلیارد نفر سفر و در سال ۲۰۱۵ تعداد ۱۷/۹ میلیارد نفر سفر درون شهری با استفاده از اتوبوس انجام شده است. تراموا و اتوبوس برقی کم‌تر از تاکسی مورد توجه است. تعداد مسافرت‌های درون شهری به وسیله تراموا از ۳۹ میلیون نفر در سال ۲۰۱۴ به ۳۷ میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ کاهش یافته است. همزمان تعداد مسافرت‌های درون شهری به وسیله اتوبوس برقی از ۱۶/۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۴ به ۱۸/۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ افزایش یافته است. تعداد مسافران تاکسی نیز از ۴/۴ میلیارد نفر در ۲۰۱۴ به تقریباً ۳/۸ میلیارد نفر در ۲۰۱۵ رسیده است. کرایه اتوبوس‌های عادی، اتوبوس برقی و تراموا در اکثر شهرها بین ۳۵ تا ۶۰ تنگه است. اما کرایه مترو در آلماتی ۸۰ تنگه است. متوسط کرایه تاکسی به ازای هر کیلومتر در شهرهای کلان و کوچک به ترتیب از ۲۰۰ و ۱۰۰ تنگه شروع می‌شود.

شبکه راه‌آهن قزاقستان که از زمان شوروی سابق ساخته شده بسیار گسترده است. این شبکه همه شهرهای اصلی به جزء مناطق بزرگ مرکزی را به هم متصل کرده است. اخیراً امکان خرید بلیط قطار به صورت آنلاین فراهم شده است. تویپار^{۱۴۳} قطار سریع‌السیر روزانه‌ای است که از آستانه به آلماتی می‌رود. این قطار دارای ۱۲ واگن برای جهان‌گردان، ۳ واگن برای تجار، ۳ واگن مجلل، یک واگن برای نوشیدن انواع آشامیدنی‌ها و یک واگن برای سرو غذا است. این قطار بسیار راحت است، در ساعت‌های مناسب حرکت



کرده و به مقصد می‌رسد. قیمت بلیط یک‌طرفه اندکی کم‌تر از کرایه هوایی است. سایت اینترنتی تراول دات آر یو^{۱۴۴} نشان می‌دهد که سطح کلی خدمات و بهداشت در قطارهای قزاقستان بسیار بالاتر از قطارهای روسی و اوکراینی است. از آن‌جا که سفر با اتومبیل شخصی در قزاقستان می‌تواند خسته‌کننده و هزینه‌بر باشد، مردم اغلب با اتوبوس مسافرت می‌کنند. با این حال تعداد اندک اتوبوس‌های بین شهری موجب شده تقاضا برای خدمات راه‌آهن افزایش یابد. در نتیجه قطارها خیلی شلوغ هستند. به همین دلیل مسافران از مدت‌ها قبل از سفرشان بلیط خود را تهیه می‌کنند.

۳-۱۵-۳- سفر هوایی

قزاقستان نهمین کشور پهناور جهان است و البته از تراکم جمعیتی نسبتاً کمی برخوردار است. در نتیجه خطوط هوایی نقش مهمی در ارائه خدمات حمل‌ونقل به مردم ایفا می‌کنند. با این حال، با توجه به تراکم کم جمعیت، حجم ترافیک مسافری کم است و در نتیجه قیمت بلیطها بسیار بالا است. برای بسیاری از قزاقستانی‌ها سفر هوایی گزینه‌ای لوکس به نظر می‌رسد. مردم وسایل حمل‌ونقل مقرون به صرفه‌تر مانند اتوبوس و قطار را ترجیح می‌دهند. برخی از مسافران بر این باورند که خطوط هوایی با تکیه بر این شرایط، قیمت بلیطها را بیش از حد لزوم افزایش داده‌اند.

قزاقستان دارای ۲۲ فرودگاه اصلی است که از این فرودگاه‌ها ۱۴ فرودگاه خدمات بین‌المللی ارائه می‌کنند. فرودگاه آلماتی بزرگ‌ترین فرودگاه کشور است که سالانه به بیش از ۴ میلیون مسافر خدمات ارائه می‌کند. بنا به اظهار نظر دی‌اواس^{۱۴۵} در این کشور فرودگاه‌های جدید کافی با امکانات و تجهیزات مناسب و به‌روز وجود ندارد. در مجموع در سال ۲۰۱۵ تعداد مسافرانی که از سیستم هوایی استفاده کردند به ۵/۹ میلیون نفر رسیده است.

در قزاقستان بیش از ده شرکت هواپیمایی مسافربری وجود دارد. بزرگ‌ترین شرکت‌های هواپیمایی ملی عبارتند از آستانه ایر^{۱۴۶} و خطوط منطقه‌ای اسکات^{۱۴۷}. شرکت‌های هواپیمایی بین‌المللی فعال در قزاقستان که هم مسافر و هم بار را جابه‌جا می‌کنند عبارتند از لوفت‌هانزا^{۱۴۸}، هواپیمایی کره^{۱۴۹}، کی‌ال‌ام^{۱۵۰}، بریتیش

144 . Travel.ru

145 . DOS Travel International

146 . Air Astana

147 . SCAT

148 . Lufthansa

149 . Korean Air

150 . KLM

ایرویز^{۱۵۱}، ترکیش ایرلاینز^{۱۵۲}، ایرلاینز چین^{۱۵۳}، ترانس ایرو^{۱۵۴}، ولگانپر^{۱۵۵}، ایر فرانس^{۱۵۶}، ال آل ایرلاینز^{۱۵۷} و فدکس اکسپرس^{۱۵۸}. بزرگ‌ترین شرکت حمل‌ونقل هوایی قزاقستان، آستانه ایر با ۲۱ مقصد داخلی و ۲۳ مقصد جهانی است. برخی از این مقاصد عبارتند از: باکو، پکن، فرانکفورت، هانوفر، دهلی، مسکو، سنت پترزبورگ، سنول، بانکوک، تهران، استانبول، آنتالیا، ابوظبی، دبی و لندن.

ترکیه کماکان یکی از مهم‌ترین مقاصد مورد علاقه گردشگری برای مردم قزاقستان است. مهم‌ترین دلیل اقبال زیاد به ترکیه این است که گردشگران قزاقستانی برای سفر به ترکیه نیاز به اخذ ویزا ندارند. مالزی، صربستان، مقدونیه، کرواسی، هنگ‌کنگ، کشورهای آمریکای لاتین و اقیانوسیه دیگر مقاصدی هستند که توریست‌های قزاقستان برای ورود به آن‌ها نیاز به اخذ ویزا ندارند.

۱۶-۳- رفتارهای مالی

۱-۱۶-۳- نگرش نسبت به روش‌های پرداخت

روش پرداخت مورد علاقه قزاقستانی‌ها روش نقدی است. بر اساس گزارش پروفایننس^{۱۵۹}، در این کشور بیش از ۵۴ درصد از مردم تمایل به پرداخت نقدی دارند. ۲۵ درصد از طریق کارت‌های نقدی پرداخت می‌کنند و تنها ۴/۵ درصد به پول الکترونیکی اعتماد دارند. حدود ۱۳ درصد از مردم نیز نسبت به پول نقد، پول الکترونیکی و کارت‌های نقدی بی‌تفاوت هستند.

تعداد کارت‌های مالی در گردش در سال ۲۰۱۲ از ۷/۵ میلیون عدد فراتر رفته است. رایج‌ترین کارت‌ها در میان مردم، کارت‌های پرداخت با سهم ۶۳/۴ درصد، کارت‌های اعتباری با سهم ۸/۷ درصد و کارت‌های پیش پرداخت با سهم ۲/۴ درصد هستند. بین سال‌های ۲۰۱۱ و ۲۰۱۲ ارزش معاملاتی که از طریق کارت‌ها انجام شده است، بیش از ۱۷ درصد و حجم آن تقریباً ۳۹ درصد رشد داشته است.

در قزاقستان کارت‌های پرداخت توسط ۲۲ بانک و اداره خدمات پستی صادر می‌شود. اصلی‌ترین شبکه‌های پرداختی مورد استفاده، ویزا کارت، مستر کارت، امریکن اکسپرس و اتحادیه پرداخت چین است. علاوه بر این، بانک‌های قزاقستان کارت‌های پرداختی منتشر می‌کنند که در سیستم‌های محلی استفاده می‌شود.

151 . British Airways

152 . Turkish Airlines

153 . China Xinjiang Airlines

154 . Trans aero

155 . Volga-Dnepr

156 . Air France

157 . EL AL Airlines

158 . FedEx Express

159 . Profinance



در این خصوص می‌توان به آلتین کارت^{۱۶۰} اشاره کرد که توسط جی‌اس‌سی‌هالیک بانک^{۱۶۱} قزاقستان صادر می‌شود. با وجود این که طیف خدمات بانکی گسترده است، بسیاری از مردم هنوز پرداخت نقدی را ترجیح می‌دهند. در آگوست ۲۰۱۲ به طور متوسط به ازای هر ۴۸ برداشت پول نقد از دستگاه‌های خودپرداز، یک تراکنش از طریق پایانه‌های پی‌اواس^{۱۶۲} انجام شده است. اکثر دارندگان کارت از کارت‌های خود بیش‌تر از یک تا سه بار در ماه استفاده نمی‌کنند که آن هم به برداشت از حساب به هنگام واریز حقوق محدود می‌شود.

خرید آنلاین و پرداخت از طریق تلفن همراه در سال‌های اخیر رواج یافته است. نتایج تحقیقات مستر ایندکس^{۱۶۳} نشان می‌دهد که ۲۰ درصد از دارندگان کارت از کارت‌های نقدی برای خریدهای آنلاین استفاده می‌کنند. بسیاری از مردم هم از طریق تلفن همراه خود پرداخت می‌کنند.

زیرساخت‌های تکنولوژیکی در حال بهبود است و پرداخت‌های الکترونیکی محبوب‌تر شده است. اما باز هم مردم به ابزارهای الکترونیکی هنگام پرداخت قبوض، خرید آنلاین یا دیگر کارها اعتماد ندارند. مردم ترجیح می‌دهند بهای کالاها و خدمات را به صورت نقدی پرداخت کنند. بر اساس گزارش یک ناظر مالی، بی‌اعتمادی نسبت به پول مجازی ریشه در ذهنیت افراد دارد و پول واقعی باعث ایجاد اطمینان خاطر برای آن‌ها نمی‌شود. پرداخت‌های نقدی در مناطق روستایی بیش‌تر محبوب است چرا که زیرساخت‌های تکنولوژیکی هنوز توسعه نیافته است. پیشرفته‌ترین شبکه خدمات برای دارندگان کارت‌ها در مناطق آلماتی، آستانه، کاراگاندا و شرق قزاقستان موجود است. شهروندان می‌توانند قبوض خدمات عمومی، آب، برق و غیره را از طریق پورتال دولت الکترونیکی پرداخت کنند.

دولت قزاقستان به منظور مبارزه با اقتصاد پنهان، اصلاحاتی را برای تشویق مردم به استفاده از ابزارهای پرداخت غیرنقدی اجرا نموده است. به موجب این اصلاحات صاحبان مغازه‌ها باید پایانه‌های پی‌اواس^{۱۶۴} را برای پرداخت از طریق کارت‌های نقدی تهیه کنند. قوانین دولتی همه مغازه‌های کوچک و حتی دکه‌هایی که نان، سیگار، لباس، کفش و دیگر خدمات جزئی را ارائه می‌دهند، در بر می‌گیرد. طبق گزارش‌ها در آلماتی قوانین جدید ۷۰ تا ۸۰ درصد شرکت‌های کوچک و متوسط را تحت تاثیر قرار داده است.

-
- 160 . Altin Card
 - 161 . JSC Halyk Bank
 - 162 . POS
 - 163 . MasterIndex
 - 164 . Point Of Sale

۲-۱۶-۳- پس انداز

بر اساس گزارش گلوبال افایندکس^{۱۶۵}، در قزاقستان ۴۲ درصد از بزرگسالان در بانک‌ها یا سایر موسسات مالی حساب دارند و از این حیث این کشور در منطقه پیشرو است. طبق ادعای موسسه خط‌مشی‌های سیاستی، در میان افراد دارای پس‌انداز، ۳۰ درصد مردم پس‌اندازهای خود را به پول ملی، ۱۴ درصد به دلار آمریکا، ۴ درصد به صورت دارایی‌های ملکی، ۴ درصد به یورو، ۳ درصد به صورت طلا، یک درصد به صورت دیگر ارزهای خارجی و ۰/۷ درصد به صورت سهام و اوراق بهادار نگه می‌دارند.

به گزارش بیزنس پورتال کپیتال^{۱۶۶} اکثریت قزاقستانی‌ها پول خود را برای روز مبادا پس‌انداز نمی‌کنند. ۵۱/۳ درصد از مردم تمام درآمد خود را خرج زندگی می‌کنند و هیچ‌گونه درآمدی برای پس‌انداز ندارند. ۱۶/۸ درصد از مردم کم‌تر از یک هزار دلار آمریکا و ۲۱/۸ درصد بین یک هزار تا ۱۰ هزار دلار آمریکا پس‌انداز می‌کنند. ۴/۲ درصد بین ۱۰ هزار تا ۲۰ هزار دلار آمریکا و ۵/۹ درصد بیش از ۲۰ هزار دلار آمریکا پس‌انداز می‌کنند.

در سال ۲۰۱۲ دولت برنامه مردمی آی‌پی‌او^{۱۶۷} را با هدف تشویق شهروندان عادی به خرید سهام بزرگ‌ترین شرکت‌ها آغاز کرد. یکی از اهداف این برنامه افزایش پس‌انداز و ثروت خانوارها است. نظرسنجی انجام شده توسط موسسه تحقیقات دموکراسی نشان می‌دهد که ۸/۶ درصد از مردم مناطق روستایی و ۶/۳ درصد از مردم مناطق شهری در چارچوب برنامه آی‌پی‌او تمایل به خرید سهام نشان دادند. یکی از عوامل بازدارنده مردم برای مشارکت در این برنامه و خرید سهام، کمبود بودجه است. شرکت‌های نفت و گاز قزاقستان و شرکت راه‌آهن جی‌اس‌سی از محبوب‌ترین شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری است.

اخیراً وزارت آموزش و بخش مالی به صورت مشترک یک سیستم پس‌انداز دولتی را گسترش داده‌اند. در این سیستم زمانی که یک نوزاد متولد می‌شود خانواده می‌تواند به صورت ماهانه حدود دو تا سه هزار تنگه برای وی سپرده‌گذاری کند. این رقم که هر خانواده متوسط قادر است از پس پرداخت آن برآید، باعث می‌شود والدین بتوانند شهریه تحصیل فرزندان خود را پس‌انداز کنند.

۳-۱۶-۳- دریافت وام

علاوه بر مسکن، در قزاقستان وام‌های بانکی عمده‌تاً برای خرید ماشین، سفرهای خارجی، لوازم خانگی و هزینه‌های مربوط به ازدواج پرداخت می‌شوند. در سال گذشته، سهم وام‌های مصرف‌کننده تا ۳/۱ درصد افزایش یافته و به ۱۵/۴ درصد کل وام‌ها رسیده است. در حال حاضر بیش‌ترین تقاضا برای وام در شهرهای

165 . Global Findex

166 . Business portal Kapital

167 . IPO



آلماتی و آستانه است. تقریباً ۸۲ درصد وام‌گیرندگان کشور در شهر آلماتی متمرکز شده‌اند.

همزمان با رشد وام‌های مصرفی، اولویت‌های مصرف‌کنندگان نیز تغییر کرده است. اگرچه در سال ۲۰۱۱ تلفن‌های همراه، یخچال و فریزر و مبلمان (در آلماتی) محبوب‌ترین اقلام خریداری شده از طریق وام بوده‌اند، اخیراً تمرکز وام‌گیرندگان علاوه بر تلفن‌های همراه، بیش‌تر به اقلامی مانند تلویزیون و لپ‌تاب معطوف شده است.

در قزاقستان، ۱۷ بانک وام مسکن ارائه می‌دهند. مهم‌ترین شرایط دریافت وام، پرداخت اولیه بین ۱۰ تا ۵۰ درصد مقدار وام گرفته شده و ارائه وثیقه است. افرادی که سرمایه کافی برای پرداخت اولیه در اختیار ندارند نیز می‌توانند وام مسکن دریافت کنند، اما باید الزامات بیش‌تری را رعایت کرده و کفایت درآمدی خود را اثبات کنند. این وام‌های مسکن غیراستاندارد توسط دو بانک به نام‌های بانک مردم^{۱۶۸} و بانک ای‌تی‌اف^{۱۶۹} ارائه می‌شود. وثیقه اضافی حداقل باید ۳۰ درصد از مبلغ وام را پوشش دهد و سن وام‌گیرنده در زمان بازپرداخت باید پایین‌تر از سن بازنشستگی باشد. مدت زمان پرداخت اقساط بین ۲۴۰ تا ۳۶۰ ماه است و نرخ بهره بین ۱۴/۱ درصد و ۱۶ درصد متفاوت است.

۱۷-۳- جمع‌بندی

این فصل با هدف تحلیل گرایش‌های مصرفی مردم قزاقستان تدوین گردید و در آن تلاش شد با بررسی الگوهای مصرفی گروه‌های مختلف جامعه قزاقستان و هم‌چنین عادت‌های مصرف کالاهای عمده در این کشور، به سرمایه‌گذاران و صادرکنندگان کشور اطلاعاتی در خصوص انتخاب زمینه تجارت یا سرمایه‌گذاری ارائه شود. در این فصل پس از بررسی شاخص اعتماد مصرف‌کننده که درجه خوش‌بینی مصرف‌کنندگان قزاقستان نسبت به آینده و به تبع آن تمایل به مصرف آن‌ها را نشان می‌دهد، الگوهای مصرفی مرتبط با آموزش در مقاطع مختلف، عادت‌ها و شرایط کاری، سبک زندگی بازنشستگی، سطح درآمد و قدرت خرید مصرف‌کنندگان، عادت‌های غذایی، الگوها و قوانین مربوط به پوشش، الگوهای مصرف محصولات بهداشتی، نحوه تهیه اقلام مصرفی توسط خانوارها، گرایش‌های مصرفی در تعطیلات و جشن‌ها و در نهایت نحوه خرید و پرداخت توسط مصرف‌کنندگان بررسی شد.

مطابق با آن چه در این فصل بیان شد، به رغم کاهش رشد اقتصادی دو سال اخیر قزاقستان در نتیجه کاهش قیمت نفت خام، رکود اقتصاد روسیه و کاهش رشد اقتصادی چین، برنامه‌های دولت برای اصلاحات و افزایش رشد اقتصادی موجب شده است که مصرف‌کنندگان قزاقستانی نسبت به وضعیت اقتصادی آینده

168 . People's Bank

169 . ATF Bank

خود، خوشببین باشند. قزاقستان جامعه‌ای نسبتاً جوان محسوب می‌شود که در آن سبک زندگی تا حد زیادی تحت تأثیر فرهنگ روسیه و جوامع غربی در حال مدرن شدن است. با این حال همانند دیگر جوامع در حال توسعه که در مسیر گذار از یک جامعه سنتی به جامعه‌ای مدرن هستند، الگوهای مصرفی این کشور تلفیقی از سنت و مدرنیته است.

بیش از یک چهارم جمعیت قزاقستان را افراد زیر ۱۵ سال تشکیل می‌دهند که با توجه به سیاست‌های دولت در توسعه آموزش و سرمایه انسانی، آموزش فعالیت اصلی این گروه محسوب می‌شود. در نتیجه نیازهای مصرفی آن‌ها شامل پوشاک، خوراکی، حمل‌ونقل و تفریحات تا حدود زیادی در ارتباط با آموزش تعریف می‌شود. از این منظر این گروه بازار بزرگی برای انواع لوازم التحریر، پوشاک و کفش، مواد خوراکی آماده و میان وعده، وسایل کمک آموزشی و انواع اسباب بازی ایجاد کرده است.

شرایط و قانون کار، روزهای کاری، سن کار، دستمزد و سن بازنشستگی از دیگر مباحثی است که در این فصل به آن پرداخته شد. آشنایی با چنین موضوعاتی نه تنها برای آگاهی از سطح دستمزد و قدرت خرید جامعه ضرورت دارد، بلکه سرمایه‌گذاران را تا حد زیادی نسبت به قوانین کار آشنا می‌سازد. به عنوان مثال بالا بودن سن بازنشستگی (۶۳ سال) و میزان مستمری پایین در مقایسه با حقوق کارمندان موجب شده است که افراد نه تنها بعد از سن بازنشستگی نیز برای رفع مایحتاج خود به فعالیت اقتصادی ادامه دهند، بلکه نسبت به تغییرات قیمت کالاهای مصرفی حساسیت بیش تری داشته باشند.

در سال‌های اخیر، افزایش مشارکت خانم‌ها در بازار کار تغییراتی را در الگوی مصرف جامعه به ویژه در شهرهای بزرگ به همراه داشته و موجب شده است از یک سو خانواده‌ها بیش‌تر از گذشته به غذاهای آماده و فوری همانند انواع کنسروها و غذاهای بیرون از منزل روی بیاورند و از سوی دیگر تقاضا برای مهد کودک‌ها به طور شتابانی افزایش یابد.

عادات‌های غذایی مردم قزاقستان با شرایط اقلیمی این منطقه بی‌ارتباط نیست. سرمای طاقت فرسا در بیش‌تر مناطق شمال این کشور باعث شده است که در آن بیش‌تر از گوشت، نان و غلات استفاده شود و ماهی و غذاهای دریایی به ندرت مورد استفاده قرار گیرند. قهوه و چای از نوشیدنی‌های مورد علاقه مردم قزاقستان است که روند مصرف آن در این فصل مورد بررسی قرار گرفت. مصرف قهوه در بین جوانان رواج دارد اما هنوز هم از چای سیاه به عنوان یک نوشیدنی سنتی در بسیاری از محافل استفاده می‌شود. خوردن میان وعده و تنقلاتی همچون انواع نان‌های شیرین و شور، انواع شیرینی، آجیل، میوه خشک، چیپس و ماهی خشک شده در این کشور رواج دارد و این امر قزاقستان را به بازاری جذاب برای انواع میان وعده‌های مختلف در بسته‌بندی‌های متنوع تبدیل کرده است. در این خصوص توجه به استانداردهای بسته‌بندی و اصول برندینگ می‌تواند تضمین‌کننده حضور مستمر و پایدار شیرینی‌جات و خشکبار صادراتی کشور باشد.



در قزاقستان در مجموع الگوی مصرف مواد غذایی با معیارهای سلامتی هم‌خوانی ندارد و وابستگی شدید غذاهای قزاقستان به گوشت و شیرینی در کنار محبوبیت در حال رشد فست‌فودها نه تنها شدت بروز بیماری‌های دستگاه گوارش را نسبت به گذشته افزایش داده بلکه باعث شده تقریباً یک سوم جمعیت بالای ۱۵ سال دچار اضافه وزن باشند. از این رو استقبال از باشگاه‌های تناسب اندام و کلاس‌های ورزش نسبت به گذشته بیش‌تر شده است که این امر به نوبه خود تقاضا برای انواع کالاهای مرتبط با ورزش همانند انواع لباس‌ها، کفش و وسایل ورزشی را افزایش داده است.

در سال‌های اخیر، محبوبیت مواد غذایی حلال در قزاقستان به شدت افزایش یافته است که این امر تنها به مصرف‌کنندگان مسلمان اختصاص ندارد. محصولات حلال در بازار قزاقستان، مفهومی فراتر از محصولات تولید شده بر اساس قواعد دین اسلام از جمله ذبح اسلامی را شامل می‌شود و اصولاً به هر نوع مواد غذایی سازگار با محیط زیست، با کیفیت بالا و سالم اطلاق می‌شود.

در قزاقستان نگرش نسبت به مراقبت شخصی نسبت به گذشته بسیار تغییر کرده است. توجه به آراستگی ظاهری و هم‌چنین پیروی از مدهای روز، در حال افزایش است و این مساله در زنان شدت بیش‌تری دارد، به گونه‌ای که در حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد مخارج مصرفی زنان قزاقستانی صرف خرید لباس، کفش، کیف و .. می‌شود. هزینه‌های لوازم آرایشی و بهداشتی مردان نیز در حال افزایش است. با این وجود هنوز رعایت بهداشت فردی آن‌طور که می‌بایست در بین مردم جا نیفتاده است. به بیانی دیگر بازارهای مصرف لباس، کیف و کفش به اندازه کافی رشد کرده‌اند، اما بازارهای وسایل بهداشتی همانند مسواک، نخ دندان و کالاهایی از این دست به آهستگی در حال رشد است.

از دیگر ویژگی‌های جامعه نسبتاً جوان قزاقستان می‌توان به مدرن بودن الگوی پوشش اشاره کرد. لباس‌های سنتی قزاقستان هنوز هم مورد استفاده هستند، اما عمدتاً در میان سالمندان رواج دارند. بسیاری از افراد مد روز را دنبال می‌کنند. در بازار پوشاک نیز برندها و تولیدات دیگر کشورها از جمله لباس‌های چینی، ترک و اروپایی به چشم می‌خورد. در آستانه و آلماتی و مناطق پر درآمدتر مردم ترجیح می‌دهند لباس خود را از فروشگاه‌های برند تهیه کنند، در حالی که در شیمکنت و نواحی جنوبی که مردم قدرت خرید پایین‌تری دارند، ترجیح می‌دهند کفش و لباس خود را از بازارها تهیه کنند. در مورد کفش، مصرف‌کنندگان قزاقستانی کم‌تر به برند توجه دارند و راحتی و قیمت مناسب مهم‌ترین معیار آن‌ها برای خرید محسوب می‌شود. به همین دلیل ۷۵ درصد مردم از کفش‌های چینی استفاده می‌کنند. اگرچه کیفیت این کفش‌ها رضایت‌بخش نیست، اما قیمت پایینی دارند. تفاوت درآمدی مناطق مختلف نه تنها بر الگوی مصرف مناطق تأثیر گذاشته، بلکه باعث شده است که افراد کالاهای مورد نیاز خود را از توزیع‌کنندگان متفاوتی تهیه کنند. از این رو ساکنین شهرهای بزرگ، مواد غذایی و اقلام مصرفی خود را بیش‌تر از سوپرمارکت‌ها

و فروشگاه‌های زنجیره‌ای تهیه می‌کنند و مردم نواحی جنوب به منظور کاهش هزینه‌های خود، بیش‌تر ترجیح می‌دهند اقلام مصرفی را از بازارها تهیه کنند. عادت‌های خرید اقلام بادوام تا حدود زیادی متفاوت است. نسل جوان قزاقستان به هنگام خرید کالای بادوام ابتدا تحقیقاتی در رابطه با کالا از طریق اینترنت انجام می‌دهند. فروش لوازم الکترونیکی از طریق اینترنت نسبت به سایر کالاها رایج‌تر است. این مسأله فرصتی را در اختیار فروشندگان کالاهای بادوام گذاشته تا از این طریق و با هزینه بسیار کم کالاهای خود را معرفی کنند. اما افراد مسن در هنگام خرید این کالاها به توصیه‌های سایرین تکیه می‌کنند. در نهایت بیش‌تر اقلام بادوام در نمایندگی‌ها به فروش می‌رسند. فروش آنلاین در حال رشد است اما هنوز نتوانسته اعتماد عموم مردم را به خود جلب کند.

از آن جا که نزدیک به ۸۰ درصد مردم قزاقستان در شب سال نو به یکدیگر هدیه می‌دهند، فروش لوازمی مانند گوشی تلفن همراه و لپ‌تاپ در چنین مناسب‌هایی افزایش می‌یابد. از دیگر مناسب‌های مهم می‌توان به هشت مارس یعنی روز جهانی زن اشاره کرد. علاوه بر موارد فوق هدایایی از قبیل جواهرات، لوازم آرایشی و عطر نیز رواج دارد. ضمن این که مرسوم است همراه هدیه یک دسته گل نیز تقدیم شود. روز زن از مناسب‌هایی است که در آن تقاضای گل بالا می‌رود و واردات گل به شدت افزایش می‌یابد.

در مجموع، فرهنگ مصرفی جامعه قزاقستان تحت تأثیر فرهنگ به جای مانده از جامعه سوسیالیستی گذشته، موقعیت جغرافیایی و پیشینه قبیله‌ای و هم‌چنین جمعیت جوان علاقه‌مند به شیوه زندگی غربی آمیخته‌ای از سنت و مدرنیته است که در این فصل به تفصیل مهم‌ترین ویژگی‌های آن مورد بررسی قرار گرفت. در فصل بعد برآنیم پس از تحلیل وضعیت تولید داخلی قزاقستان، صادرات و واردات محصولات گروه‌های کالایی مختلف، اندازه بازار این کشور را در هر یک از این گروه‌ها برآورد کرده و ضمن تحلیل موقعیت مهم‌ترین تأمین‌کنندگان این بازارها، تصویر روشن‌تری از فرصت‌های تجاری در این کشور ارائه دهیم.

فصل چهارم:

نظریات های اقتصادی و تجاری

قزاقستان

۱-۴- مقدمه

در جهان پررقابت امروزی، نفوذ در بازارهای جدید نه تنها نیازمند شناخت صحیح از الگوهای مصرفی مصرف‌کنندگان است بلکه مستلزم برخورداری از اطلاعات کافی از وضعیت بازار، حجم تولید و مصرف آن است. آنچه در استراتژی برون‌گرای توسعه صادرات غیرنفتی در راستای افزایش پایدار درآمدهای ارزی اهمیت دارد، شناسایی، تحلیل و برقراری پیوند میان بازارهای هدف صادراتی از یک سو و ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های تولیدی اقتصاد ملی از سوی دیگر است.

بر این اساس، پس از معرفی گرایش‌ها و الگوهای مصرفی مصرف‌کنندگان قزاقستانی در فصل گذشته، این فصل به برآورد اندازه بازار در هر یک از گروه‌های عمده فعالیت‌های اقتصادی در این کشور می‌پردازد. بدین منظور، بر اساس طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی ISIC و در سطح کدهای دو رقمی، ابتدا در هر یک از گروه‌های عمده فعالیت‌های اقتصادی، روند تولید داخلی قزاقستان طی دوره ۱۵ ساله اخیر بررسی و مهم‌ترین استان‌های تولیدکننده محصولات هر گروه در قزاقستان شناسایی می‌شود. این امر می‌تواند تصویر روشنی از بازار قزاقستان به فعالان اقتصادی به ویژه سرمایه‌گذاران و صادرکنندگان مواد اولیه یا ماشین‌آلات ارائه دهد. سپس به منظور برآورد اندازه بازار در هر یک از این گروه‌ها، روند صادرات و واردات در کنار حجم تولیدات داخلی تحلیل می‌شود. این تحلیل دو هدف مهم را دنبال می‌کند: نخست این که اندازه بازار را در هر یک از گروه‌های فوق برآورد خواهد کرد و دوم این که مشخص می‌کند در هر گروه، چه بخش از تقاضای بازار توسط تولیدات داخلی و چه بخش از محل واردات پاسخ داده می‌شود. در ادامه و به منظور تحلیل بهتر بازار و موقعیت رقبا، در هر گروه مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به قزاقستان معرفی، سهم بازار آن‌ها تعیین و با عملکرد تجاری کشور مقایسه می‌شود. پس از آن در هر یک از گروه‌های مذکور، عملکرد تجاری استان‌های کشور بررسی و تحلیل خواهد شد.

۲-۴- بازار محصولات کشاورزی

بخش کشاورزی به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های لازم برای تنوع بخشیدن به اقتصاد و ایجاد اشتغال،



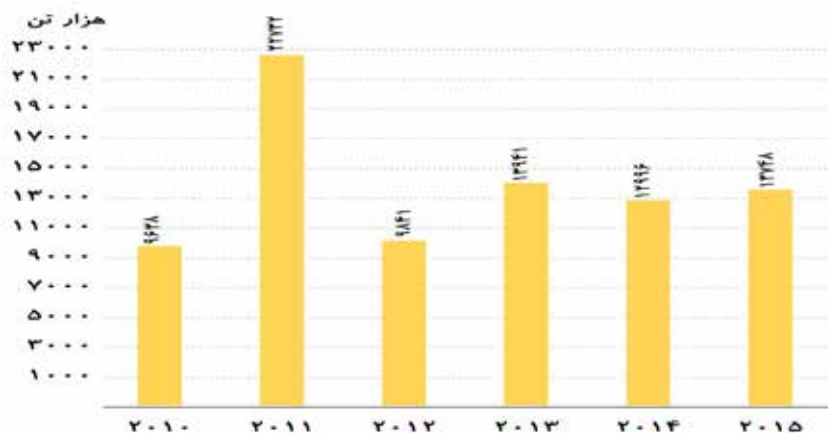
یکی از بخش‌های مهم اقتصاد قزاقستان محسوب می‌شود. از نقطه نظر تاریخی، این بخش ستون اصلی اقتصاد قزاقستان به شمار می‌رود. هر چند سهم بخش کشاورزی از تولید ناخالص داخلی نسبت به گذشته کاهش یافته و در سال ۲۰۱۵ تنها در حدود ۴/۸ درصد از آن را به خود اختصاص داده است؛ اما با در بر گرفتن ۲۵/۸ درصد از شاغلین، بزرگ‌ترین بخش اقتصادی قزاقستان از منظر اشتغال به شمار می‌رود. بهره‌وری نیروی کار در بخش کشاورزی بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۳ از ۳۶۰ هزار تنگه به ازای هر نفر به ۷۳۰ هزار تنگه به ازای هر نفر افزایش یافته است. افزایش بهره‌وری نیروی کار نه تنها موجب خودکفایی قزاقستان در تولید اقلام مهم غذایی شده، بلکه علاوه بر آن رشد قابل توجه صادرات غلات و دانه‌های روغنی را نیز به همراه داشته است.

کسب و کارهای کشاورزی در قزاقستان به سه نوع مزارع بنگاه‌های بزرگ، مزارع دهقانی و مزارع خانوادگی تقسیم می‌شوند. در بنگاه‌های بزرگ، عملیات تولید، انبارداری و فرآوری محصولات در مزارع بزرگ مقیاس انجام می‌شود. در مزارع دهقانی افراد گرد هم آمده و محصولاتی را تولید کرده، فرآوری می‌کنند و می‌فروشند. محصولات تولیدی خانوارها نیز در مزارع شخصی تولید می‌شود.

بیش از ۷۵ درصد از مساحت قزاقستان، برای کشت محصول مناسب است. از این رو، این کشور با دارا بودن زمین فراوان، در تولید محصولات کشاورزی مزیت نسبی دارد. هم‌چنین تنوع آب و هوایی و جغرافیایی از شمال تا جنوب این کشور، تولید محصولات کشاورزی متنوع در مناطق مختلف آن را امکان‌پذیر کرده است. به عنوان مثال، شمال این کشور، برای کشت غلات، مرکز آن برای پرورش دام و قسمت جنوبی برای کشت برنج، میوه و سبزیجات مناسب است.

نمودار (۴-۱) روند تولید گندم به‌عنوان مهم‌ترین محصول کشاورزی قزاقستان و نمودار (۴-۲) روند تولید سایر اقلام مهم کشاورزی را در این کشور نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود در سال ۲۰۱۱ تولید گندم در بیش‌ترین مقدار خود بوده و نزدیک به ۱۳۶ درصد افزایش یافته است. اما با توجه به خشکسالی و کاهش بارندگی، تولید این محصول در سال ۲۰۱۲ با ۵۷ درصد کاهش نسبت به سال قبل به ۹/۸ میلیون تن تنزل پیدا کرده است. پس از آن تولید گندم همراه با نوساناتی رو به افزایش گذاشته و به ۱۳/۷ میلیون تن در سال ۲۰۱۵ رسیده است.

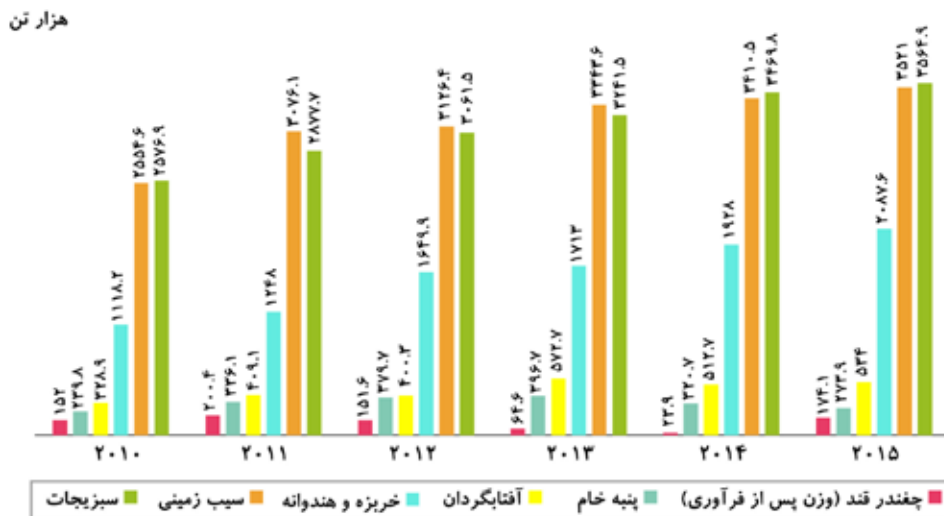
نمودار (۱-۴): حجم تولید گندم قزاقستان (۲۰۱۰-۲۰۱۵)



منبع: اداره آمار قزاقستان

علاوه بر گندم، قزاقستان در تولید سبزیجات، سیب‌زمینی، چقدر قند، خربزه و هندوانه، آفتاب‌گردان و پنبه نیز دارای مزیت است. تولید سبزیجات این کشور در سال ۲۰۱۵ از ۳/۵ میلیون تن فراتر رفته است. اگرچه تولید انواع سبزیجات طی این سال‌ها افزایش داشته است، اما آمارها از کاهش نرخ رشد تولید این محصولات حکایت دارد. به طوری که نرخ رشد تولید سبزیجات از ۱۲ درصد در سال ۲۰۱۱ به تدریج به ۳ درصد در سال ۲۰۱۵ رسیده است.

نمودار (۲-۴): حجم تولید مهم‌ترین اقلام کشاورزی قزاقستان (۲۰۱۰-۲۰۱۵)



منبع: اداره آمار قزاقستان



تولید سیب زمینی نیز در روندی تقریباً مشابه با سبزیجات به آهستگی طی ۵ سال اخیر افزایش داشته است. مطابق با نمودار بالا، هرچند تولید آفتابگردان در سال ۲۰۱۴ با ۱۰ درصد کاهش به رقم تقریبی ۵۱۳ هزار تن رسیده است، اما تولید این محصول طی ۵ سال اخیر، روندی رو به افزایش را نشان می‌دهد. رشد تولید پنبه، از سال ۲۰۱۱ کاهش یافته و از سال ۲۰۱۴ تاکنون منفی شده است. تولید چغندر قند نیز از سال ۲۰۱۱ به بعد، کاهش محسوسی داشته است، به طوری که از ۲۰۰ هزار تن در سال ۲۰۱۱ به ۲۴ هزار تن در سال ۲۰۱۴ رسیده است. این مسأله افزایش حمایت دولت را در بر داشته و موجب شده است با حمایت دولت، حجم تولید این محصول در سال ۲۰۱۵ با بیش از ۶۰۰ درصد افزایش به ۱۷۴ هزار تن برسد. با توجه به تنوع زیاد محصولات کشاورزی قزاقستان، به منظور ارائه تحلیلی دقیق‌تر، در ادامه این محصولات در پنج گروه مجزا بررسی و تحلیل خواهد شد.

۱-۲-۴- گروه اول: غلات، حبوبات، بذرها، ریشه‌ها و غده‌های نشاسته‌ای، تنباکو

گندم بهاره، جو، پنبه و برنج، عمده‌ترین محصولات زراعی قزاقستان هستند. ۸۵ درصد از گندم قزاقستان در سه استان واقع در شمال و مرکز این کشور یعنی کوستانای، آکمولا و قزاقستان شمالی^{۱۷۰} تولید می‌شود. بخش عمده دانه‌های روغنی در استان‌های شرقی یعنی پاولودار^{۱۷۱}، قزاقستان شرقی^{۱۷۲} و آلماتی کشت می‌شود. پنبه در جنوب قزاقستان و برنج در استان کیزیل‌اوردا به عمل می‌آید.

همان‌طور که گفته شد، قزاقستان یکی از تولیدکنندگان و صادرکنندگان بزرگ گندم باکیفیت است که صادرات آن منبع مهمی برای تأمین ارز محسوب می‌شود. این کشور در سال‌های اخیر یکی از ۱۰ صادرکننده برتر گندم جهان بوده است. ایران در سال ۲۰۱۴ با واردات ۱۸ درصد از گندم تولید شده در قزاقستان، بزرگ‌ترین وارد کننده گندم از این کشور بوده است.

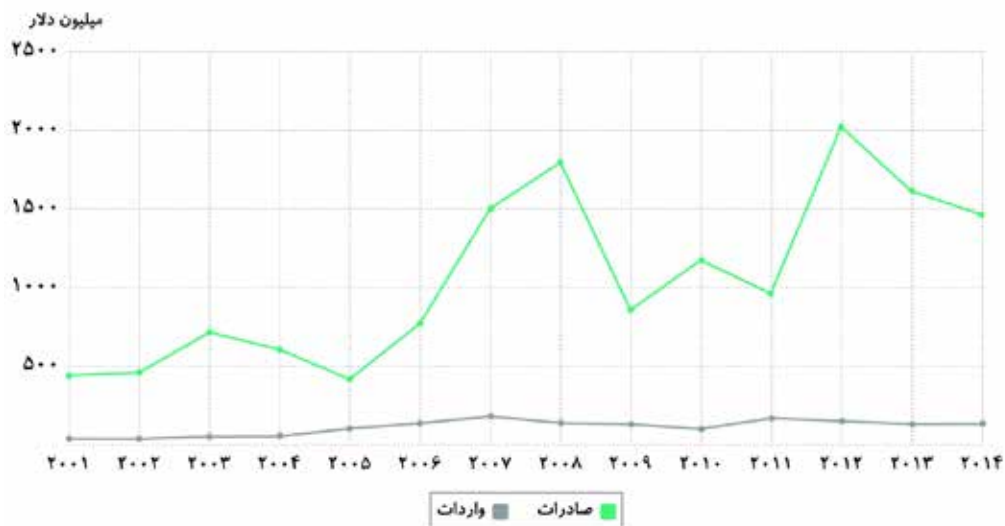
با توجه به اقلیم خشک و نیمه خشک قزاقستان، تولید گندم به شدت به بارندگی بستگی دارد و از این رو ممکن است تولید آن از یک سال تا سال دیگر بسیار متفاوت باشد. نمودار زیر به روشنی تغییرات صادرات این گروه را بین سال‌های مختلف نشان می‌دهد. با این وجود، قزاقستان در ۱۰ سال اخیر همواره صادرکننده خالص غلات بوده است. ارزش صادرات غلات قزاقستان در سال ۲۰۱۴، در حدود ۱۴۶۰ میلیون دلار و ارزش واردات آن ۱۳۳ میلیون دلار بوده است. در میان غلات، گندم و جو به ترتیب با ارزش ۹۲۴ و ۱۴۳ میلیون دلار بیش‌ترین صادرات قزاقستان را به خود اختصاص داده‌اند.

170 . North Kazakhstan

171 . Pavlodar

172 . East kazakhstan

نمودار (۳-۴): ارزش صادرات و واردات غلات قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

تولید چغندر قند عمدتاً در استان‌های آلماتی و ژامبیل صورت می‌گیرد. در سال‌های اخیر کمبود آب و سطح پایین تکنولوژی، تولید چغندر قند را کاهش داده است. نمودار زیر، حجم تولید چغندر قند را طی دوازده سال اخیر به تصویر می‌کشد. همان‌طور که در نمودار مشخص است، تولید چغندر قند طی یک دهه گذشته روندی رو به کاهش داشته است و همین مسئله منجر به افزایش واردات شکر شده است. در نتیجه در سال‌های اخیر، افزایش سطح زیر کشت چغندر قند و افزایش بهره‌وری در تولید این محصول با استفاده از تکنولوژی‌های روز مورد توجه واقع شده و دولت به منظور افزایش تولید به تولیدکنندگان پارانه اختصاص داده است (کنین‌بایف و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۶). از این رو، این احتمال وجود دارد که در سال‌های آینده با افزایش تولید چغندر قند، واردات شکر دست‌خوش تغییر شود.



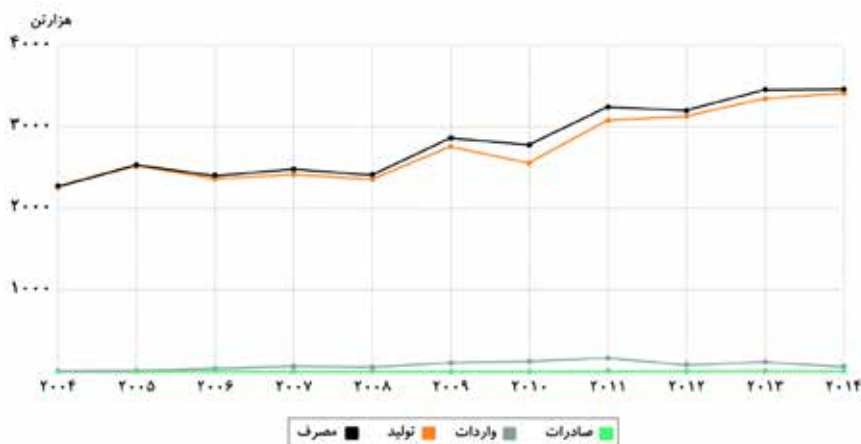
نمودار (۴-۴): حجم تولید چغندر قند قزاقستان (۲۰۰۴-۲۰۱۵)



منبع: اداره ملی آمار قزاقستان

سیب زمینی از محصولاتی است که تولید قابل توجهی دارد. این محصول تقریباً در تمام نقاط قزاقستان کشت می‌شود. البته استان‌های آلماتی، قزاقستان شمالی، قزاقستان شرقی و پاولودار بیش‌ترین تولید سیب زمینی را دارند. روند تولید، صادرات، واردات و مصرف، نشان دهنده آن است که این کشور تقریباً تمام نیاز خود را در داخل تولید می‌کند و بخش بسیار اندکی از نیاز داخلی را از طریق واردات تأمین می‌کند. شایان ذکر است، در سال ۱۳۹۴ معادل ۱/۰۳ میلیون دلار سیب زمینی از استان‌های گلستان، گیلان و مازندران به قزاقستان صادر شده است.

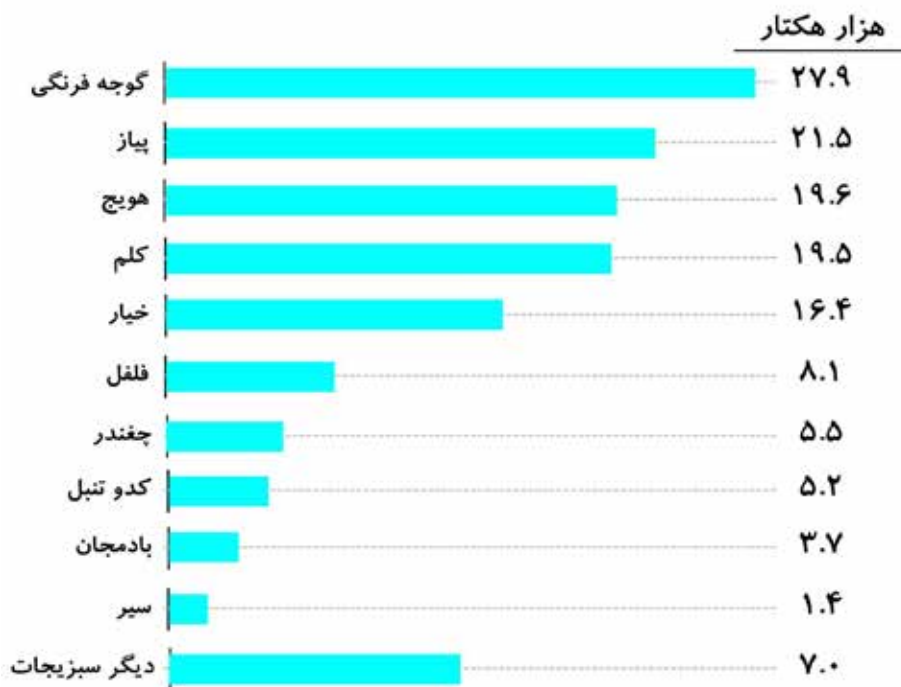
نمودار (۴-۵): حجم بازار سیب زمینی قزاقستان (۲۰۰۴-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و اداره آمار قزاقستان

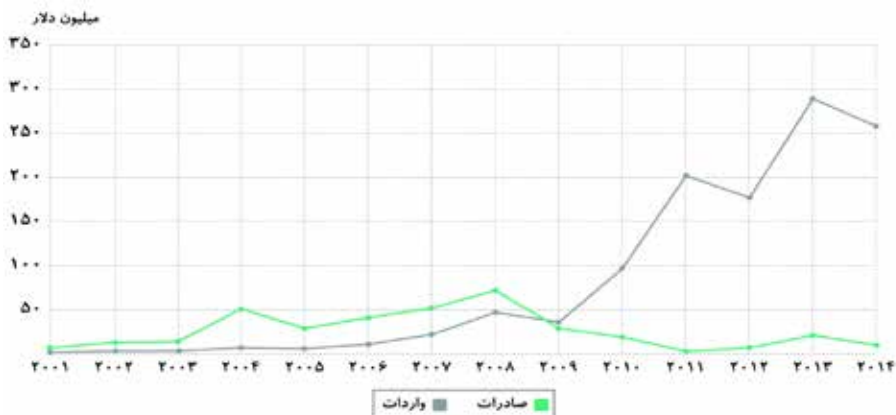
۲-۲-۴- گروه دوم: سبزیجات و صیفی‌جات، محصولات باغی، انواع نهال و درخت زینتی سبزیجات و میوه‌ها تقریباً ۱۷ درصد از محصولات کشاورزی تولید شده در قزاقستان را تشکیل می‌دهند. بخش بزرگی از سبزیجات تولید شده به مصرف داخلی می‌رسد. از این رو سهم این گروه در صادرات قزاقستان ناچیز است. نمودار زیر سطح زیر کشت مهم‌ترین اقلام تولیدی این گروه را نشان می‌دهد.

نمودار (۴-۶): سطح زیر کشت انواع سبزیجات و صیفی‌جات



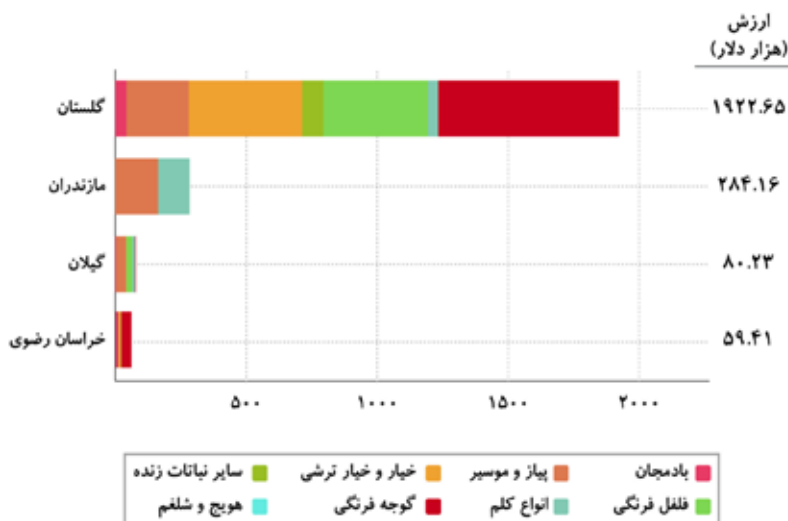
منبع: گزارش ۲۰۱۵ کشاورزی قزاقستان بر اساس آمار ۲۰۱۳

در محصولات گروه سبزیجات و صیفی‌جات، علی‌رغم افزایش سطح زیر کشت، واردات قزاقستان از سال ۲۰۰۹ به بعد به طور فزاینده‌ای رشد کرده است. افزایش جمعیت و افزایش اهمیت این محصولات در سبد غذایی خانوار از مهم‌ترین دلایل این امر به شمار می‌رود. در سال‌های اخیر، گوجه فرنگی، انواع کلم، خیار، پیاز و موسیر، فلفل و گل رز بیش‌ترین واردات قزاقستان را در این گروه تشکیل داده‌اند.

نمودار (۴-۷): ارزش صادرات و واردات سبزیجات، محصولات باغی و انواع نهال قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

در سال ۱۳۹۴، در مجموع ۲/۳ میلیون دلار انواع سبزیجات و صیفی‌جات از ایران به قزاقستان صادر شده است. سهم استان‌ها در صادرات محصولات گوناگون در نمودار زیر مشهود است. استان گلستان با صادرات ۱/۹ میلیون دلاری بیش‌ترین صادرات را در این زمینه به خود اختصاص داده است.

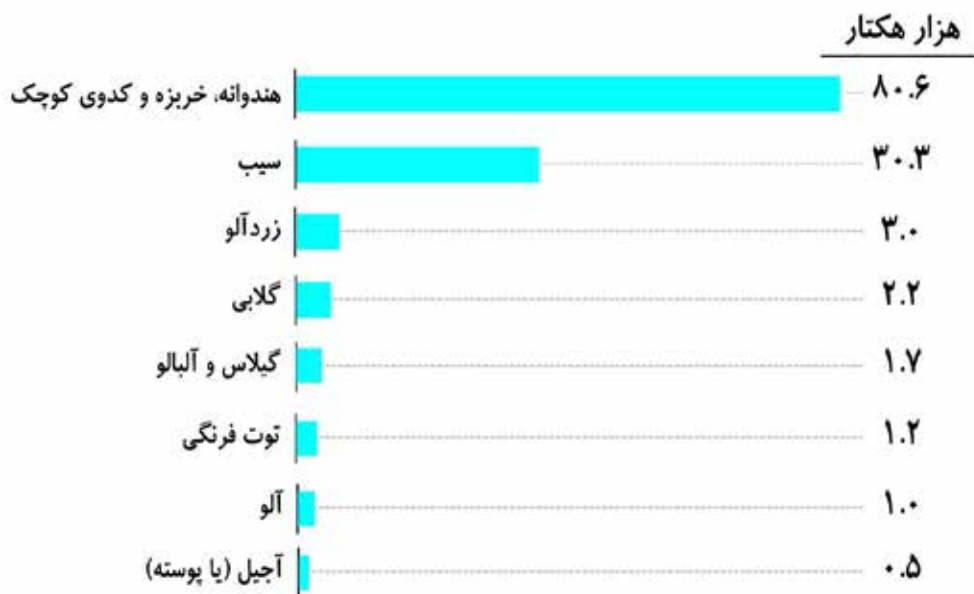
نمودار (۴-۸): ارزش صادرات سبزیجات از ایران به قزاقستان (۱۳۹۴)


منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

۳-۲-۴- گروه سوم: میوه‌ها، دانه‌های آجیلی، ادویه و دانه‌های نوشیدنی

به جز سیب، شرایط آب و هوایی قزاقستان برای پرورش دیگر میوه‌های درختی مناسب نیست. بیش از ۶۵ درصد از سبزیجات و میوه‌ها، در سه استان آلماتی، ژامبیل و قزاقستان جنوبی به عمل می‌آید. نمودار زیر سطح زیر کشت مهم‌ترین میوه‌ها را در قزاقستان نشان می‌دهد.

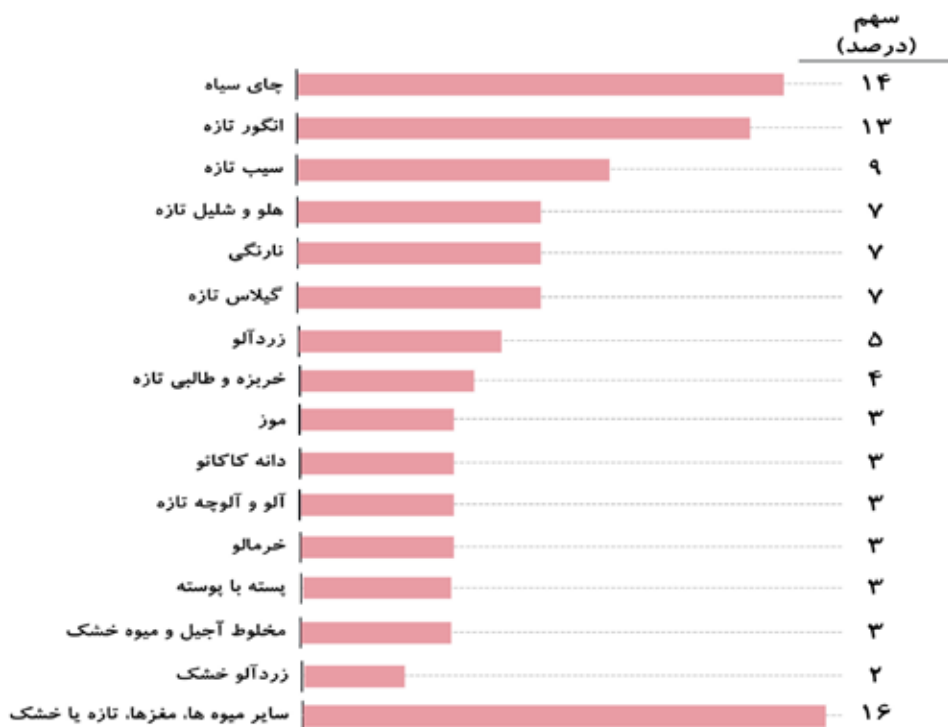
نمودار (۴-۹): سطح زیر کشت انواع میوه‌ها در قزاقستان



منبع: گزارش ۲۰۱۵ کشاورزی قزاقستان، بر اساس آمار ۲۰۱۳

در سال ۲۰۱۴ قزاقستان در تجارت میوه با ۷۲۰ میلیون دلار کسری تجاری مواجه بوده است. در این سال، این کشور معادل ۹۹ میلیون دلار چای سیاه، ۹۲ میلیون دلار انگور تازه، ۶۶ میلیون دلار سیب تازه و ۵۲ میلیون دلار هلو و شلیل وارد کرده است. سهم انواع میوه‌ها در واردات ۷۳۶ میلیون دلاری قزاقستان در سال ۲۰۱۴، در نمودار زیر نشان داده شده است.

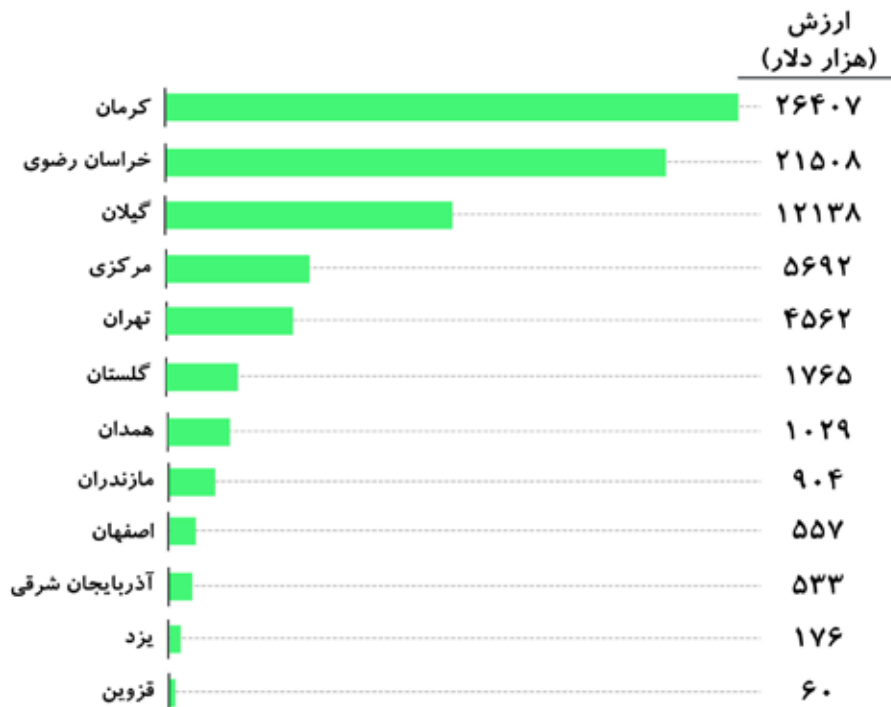
نمودار (۴-۱۰): سهم انواع میوه‌ها در واردات میوه قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

در سال ۱۳۹۴، استان کرمان با صادرات ۲۶ میلیون دلار انواع میوه و دانه‌های آجیلی به قزاقستان در بین استان‌های کشور پیش‌تاز بوده است. این استان معادل ۲۴ میلیون دلار انواع پسته به قزاقستان صادر کرده است. از صادرات ۲۱/۵ میلیون دلاری خراسان رضوی نیز ۱۴ میلیون دلار به انواع خرما و ۵/۷ میلیون دلار به انواع پسته مربوط می‌شود. استان گیلان با ۱۲ میلیون دلار صادرات در رتبه سوم قرار دارد. این استان در سال ۱۳۹۴، معادل ۶/۹ میلیون دلار انواع انگور و ۳/۹ میلیون دلار انواع خرما به قزاقستان صادر کرده است. نکته قابل توجه این که در سال ۱۳۹۴، ایران به قزاقستان صادرات زعفران نداشته است.

نمودار (۴-۱۱): صادرات ایران به قزاقستان در گروه میوه و دانه‌های آجیلی به تفکیک استان (۱۳۹۴)



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

۴-۲-۴- گروه چهارم: پرورش دام و تولید فرآورده‌های دامی

شرایط مناسب آب و هوایی برای پرورش دام و وجود چراگاه‌های گسترده باعث شده است که پرورش دام جایگاه ویژه‌ای در بخش کشاورزی قزاقستان پیدا کند. در این بخش تعداد حیوانات و پرندگان، به جز خوک، افزایش پایداری داشته است. از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵، تعداد گاو ۰/۱۴ درصد، گوسفند و بز ۰/۱۵ درصد، شتر ۰/۵ درصد، اسب و پرندگان به ترتیب ۳۵ و ۹ درصد رشد داشته‌اند. نمودار زیر تعداد دام‌های موجود در قزاقستان را نشان می‌دهد. در این دوره تعداد خوک‌ها ۳۴ درصد کاهش یافته است.



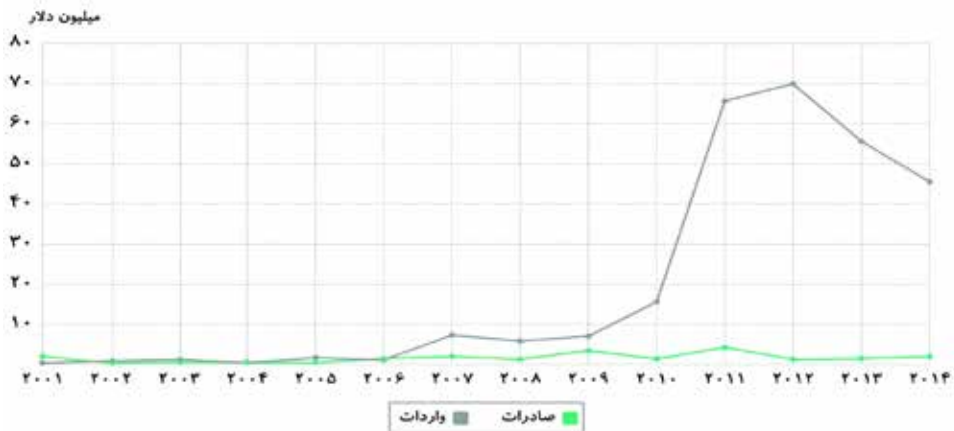
نمودار (۴-۱۲): تعداد دام در قزاقستان (۲۰۱۰-۲۰۱۵)



منبع: اداره آمار قزاقستان

نمودار زیر روند صادرات و واردات انواع دام را طی دوره زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۴ نشان می‌دهد. ملاحظه می‌شود که ارزش صادرات دام قزاقستان در سال‌های مورد بررسی از ۴/۵ میلیون دلار فراتر نرفته است. این در حالی است که واردات دام از سال ۲۰۰۶ به این سو به طور فزاینده‌ای افزایش یافته است، به طوری که گاه حتی مانند سال ۲۰۱۲ به ۷۰ میلیون دلار رسیده است. در مجموع از سال ۲۰۰۶ تاکنون تراز تجاری قزاقستان در این گروه همواره منفی بوده و اندازه آن با توجه به افزایش واردات گاو در سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴، نسبت به دوره قبل بیش‌تر شده است.

نمودار (۴-۱۳): صادرات و واردات انواع دام در قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



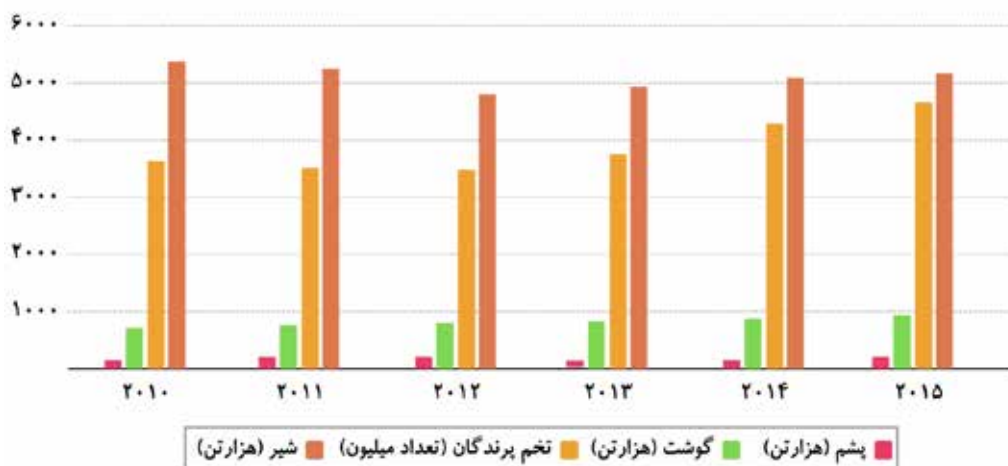
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

قزاقستان در سال ۲۰۱۴ در حدود ۴۰۵ هزار تن گوشت گاو و گوساله تولید کرده است. ۸۰ درصد این تولیدات توسط مزارع خانوادگی، ۱۵ درصد در مزارع دهقانی و ۵ درصد باقیمانده توسط شرکت‌ها تولید شده است. ۴۳ درصد از تولید گوشت گوساله به استان‌های آلماتی، قزاقستان شرقی و قزاقستان جنوبی اختصاص دارد.

۸۴ درصد از شیر تولید شده در قزاقستان را خانوارها تولید می‌کنند. در سال ۲۰۱۴، بیش از ۵ میلیون تن شیر در قزاقستان تولید شده است. بیش‌ترین مقدار شیر در استان قزاقستان شرقی، قزاقستان جنوبی، آلماتی و قزاقستان شمالی تولید می‌شود. پرورش گوسفند و بز، قدیمی‌ترین و توسعه‌یافته‌ترین شاخه دام‌پروری در قزاقستان است. ۵۰ درصد از تولید گوشت گوسفند و بز در استان‌های قزاقستان جنوبی، آلماتی، قزاقستان شرقی و ژامبیل صورت می‌گیرد. در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۶۲ هزار تن گوشت گوسفند و بز در قزاقستان تولید شده است.

پرندگان در بخش‌های صنعتی، شرکت‌های کشاورزی و مزارع خانوادگی تولید می‌شوند. در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۳۵ هزار تن نیز گوشت پرنده تولید شده است که بیش از ۷۷ درصد آن به دو استان آلماتی و قزاقستان شرقی اختصاص دارد. مطابق با نمودار زیر، در مجموع در سال ۲۰۱۵، قزاقستان در حدود ۹۳۱ هزار تن انواع گوشت، تعداد ۴۷۳۷ میلیون تخم پرندگان، ۵۱۸۲ هزار تن شیر و ۳۸ هزار تن پشم تولید کرده است.

نمودار (۴-۱۴): حجم تولید محصولات دامی قزاقستان (۲۰۱۰-۲۰۱۵)





به لحاظ ارزش واردات نیز در سال ۲۰۱۴، این کشور تقریباً ۱/۷ میلیون دلار تخم پرندگان به صورت تازه، ۳۰۵ میلیون دلار شیر و فرآورده‌های آن، ۴۴ هزار دلار پشم حلاجی و شانه‌زده نشده و ۲۵۳ میلیون دلار انواع گوشت و احشاء خوراکی وارد کرده است.

۵-۲-۴- گروه پنجم: ماهی‌گیری و پرورش ماهی

آب و هوای خشک و نیمه خشک قزاقستان باعث شده است که در این کشور، علی‌رغم وسعت بسیار، رودخانه‌های بزرگ کمی جریان داشته باشند، به طوری که تنها ۷ رودخانه طولی بیش از هزار کیلومتر دارند. دریاچه‌های متعددی نیز در این کشور وجود دارند، با این وجود تعدادی از آن‌ها در فصل تابستان خشک می‌شوند. مهم‌ترین دریاچه‌های قزاقستان عبارتند از: بالخاش^{۱۷۴}، آلاکول^{۱۷۵} و تنگیز^{۱۷۶}. دریاچه بالخاش در شرق آلماتی واقع شده است و وسعتی برابر ۱۷ هزار کیلومتر مربع دارد. دریاچه آلاکول از چهار دریاچه بزرگ تشکیل شده است. این دریاچه در مرز بین دو استان آلماتی و قزاقستان جنوبی واقع شده است. آلاکول ۲/۶ هزار کیلومتر مربع وسعت دارد. دریاچه تنگیز مساحتی برابر ۱/۳ هزار کیلومتر مربع دارد و در شمال مرکزی کشور واقع شده است. قزاقستان بخشی از دریای آرال و دریای خزر را نیز در اختیار دارد. در کنار منابع آبی فوق، مخازن آب موجود در بخش جنوبی قزاقستان نیز منابعی مناسب برای ماهی‌گیری محسوب می‌شوند (تیمیرخانف و همکاران^{۱۷۷}، ۲۰۱۰).

نمودار زیر وضعیت بازار مصرف ماهی در قزاقستان را نشان می‌دهد. بیش از ۹۷ درصد ماهی تولید شده در قزاقستان، از دریا صید می‌شود و ماهی پرورشی بخش کوچکی از تولید را به خود اختصاص داده است. مقایسه وضعیت صادرات و واردات ماهی از منفی بودن تراز تجاری این محصول حکایت دارد. با در دست داشتن داده‌های تولید، صادرات و واردات، مصرف طی ۴ سال گذشته برآورد شده است. بر اساس برآوردهای این تحقیق، در سال ۲۰۱۵ در حدود ۷۱ هزار تن ماهی در قزاقستان مصرف شده است. در مجموع سرانه مصرف ماهی در قزاقستان پنج کیلوگرم در سال است.

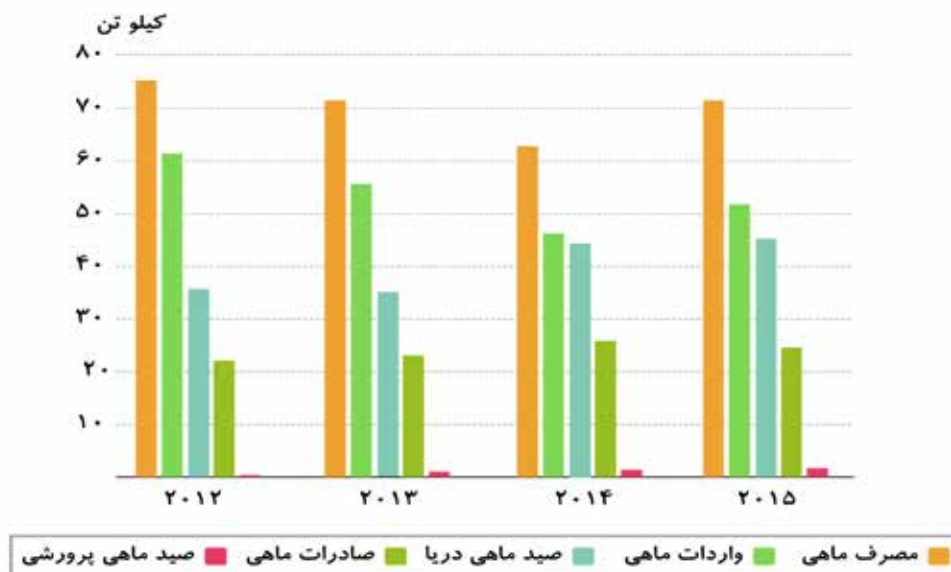
174 . Balkhash

175 . Alakol

176 . Tengiz

177 . Timirkhanov et al

نمودار (۴-۱۵): بازار ماهی قزاقستان (۲۰۱۲-۲۰۱۵)



منبع: اطلس Knoema.com

۳-۴- بازار محصولات غذایی

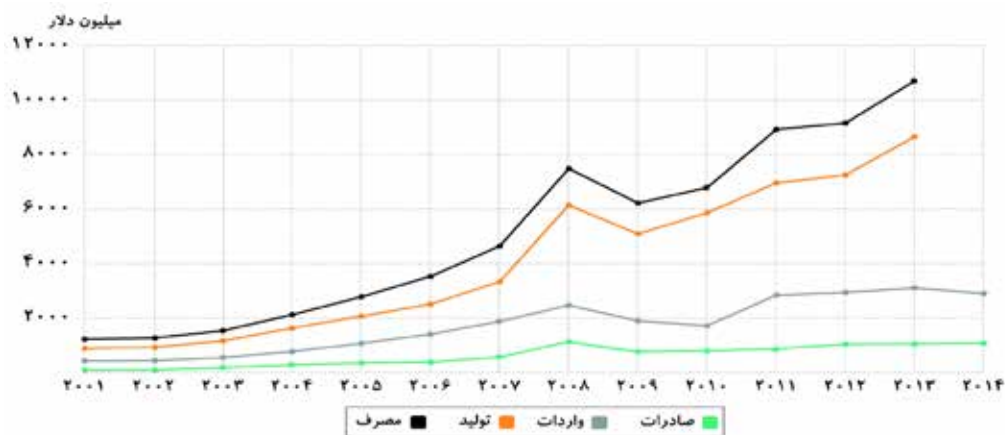
اندازه بازار صنایع غذایی هر کشور، ارتباطی مستقیم با اندازه جمعیت و نرخ رشد آن، سطح درآمد، نرخ شهرنشینی و سبک زندگی آن کشور دارد. همان‌طور که در فصل گذشته گفته شد، کشور قزاقستان طی یک دهه اخیر پدیده‌هایی همچون رشد جمعیت، افزایش نرخ شهرنشینی، روند رو به رشد درآمد سرانه و تغییر سبک زندگی در نتیجه افزایش جمعیت طبقه متوسط را تجربه کرده است. مجموعه عوامل فوق در کنار یکدیگر حکایت از روند رو به رشد اندازه بازار صنایع غذایی در این کشور دارد. پیش‌بینی‌های نهادهای بین‌المللی نظیر اداره جمعیت سازمان ملل متحد مبنی بر رشد جمعیت قزاقستان طی یک دهه آینده، گویای آن است که این روند تداوم نیز خواهد یافت.

صنایع غذایی از منظر تأمین مواد غذایی و ارتباط تنگاتنگ با بخش کشاورزی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. این صنعت طیف وسیعی از تولیدات را پوشش می‌دهد. تولید فرآورده‌های گوشت و ماهی، شیر و محصولات لبنی، تخم پرندگان، عسل، فرآورده‌های انواع سبزی‌ها و میوه‌ها و دانه‌های روغنی، قهوه و چای، محصولات صنعت آردسازی، چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی، قند و شکر و محصولات آن، انواع

نوشیدنی‌های الکی و غیرالکی و دیگر محصولات غذایی در این صنعت جای می‌گیرند.

نمودار زیر وضعیت بازار صنایع غذایی قزاقستان را طی دوره ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۴ نشان می‌دهد. این نمودار از یک سو حجم تولیدات صنایع غذایی قزاقستان را نمایش می‌دهد که منعکس‌کننده توان تولیدکنندگان داخلی این کشور است و از سوی دیگر روند صادرات و واردات محصولات غذایی این کشور را به تصویر می‌کشد. بررسی همزمان حجم تولید، صادرات و واردات می‌تواند برآوردی نسبتاً دقیق از اندازه بازار ارائه دهد. همان‌طور که در این نمودار ملاحظه می‌شود، طی دوره مذکور تولید داخلی محصولات غذایی قزاقستان به طور مستمر افزایش یافته که این نشان‌دهنده افزایش ظرفیت تولیدکنندگان داخلی است. با این حال پا به پای تولید، مصرف محصولات این صنعت نیز در همه سال‌ها به جز سال ۲۰۰۹ افزایش داشته که مهم‌ترین دلیل آن، انتقال آثار و تبعات بحران اقتصادی ۲۰۰۷ به اقتصاد قزاقستان بوده است. مع‌الوصف روند رو به رشد مصرف و فزونی آن بر تولید داخل موجب شده است که همواره واردات این کشور فراتر از صادرات و تراز تجاری آن منفی باشد.

نمودار (۴-۱۶): بازار محصولات صنایع غذایی قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO

علی‌رغم رونق کشاورزی و دامپروری و همچنین تولید انواع غلات، شیر و گوشت در قسمت‌های مختلف قزاقستان، عدم وجود سیستم یکپارچه حمل‌ونقل و ماشین‌های خنک‌کننده مواد غذایی در کنار گستره جغرافیایی و بعد مسافت در این کشور، باعث شده تا بخشی از مواد تولید شده در زمان لازم به

تولیدکنندگان محصولات غذایی نرسد و آن‌ها مجبور به واردات برخی اقلام، همانند شیر خشک شوند. از این رو سرمایه‌گذاری به منظور بهبود سیستم حمل‌ونقل و سردخانه‌ای یکی از نیازهای مهم این کشور به‌شمار می‌رود که در صورت تأمین می‌تواند با پاسخگویی به موقع به تقاضای تولیدکنندگان برای برخی اقلام خام و نیمه ساخته غذایی، از نیازهای وارداتی این کشور بکاهد.

طبق برآوردهای تحقیق، در مجموع اندازه بازار محصولات غذایی قزاقستان بالغ بر ۱۰ میلیارد دلار است. در این بازار رو به رشد، تولیدکنندگان داخلی بیش از ۸ میلیارد دلار تولید می‌کنند، یعنی نزدیک به ۸۰ درصد تقاضا را پاسخ می‌دهند. بنابراین، با توجه به صادرات ۹۰۰ میلیون دلاری محصولات غذایی قزاقستان، این کشور در حدود ۲/۹ میلیارد دلار از تقاضای بازار داخلی را از طریق واردات تأمین می‌کند. نمودار زیر مهم‌ترین اقلام وارداتی این کشور را در گروه محصولات غذایی نمایش می‌دهد.

نمودار (۴-۱۷): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه محصولات غذایی (۲۰۱۴)



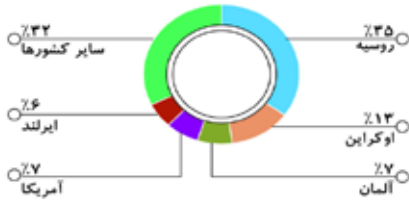
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

در ادامه مهم‌ترین کشورهای تأمین کننده مواد غذایی قزاقستان به تفکیک اقلام عمده وارداتی ارائه شده است.

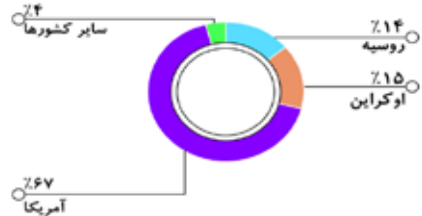


نمودار (۴-۱۸): مهم‌ترین کشورهای صادرکننده محصولات غذایی به قزاقستان (۲۰۱۴)

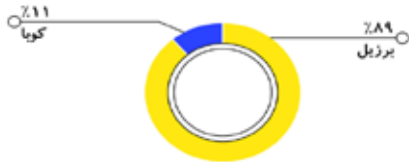
فرآورده‌های گوناگون غذایی



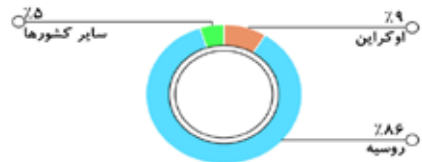
قطعات و احشاء منجمد مرغان خانگی



شکر خام از نیشکر



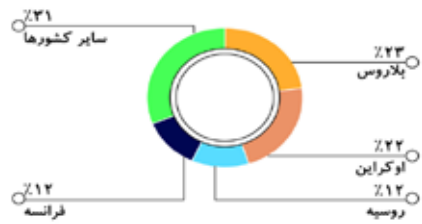
شکلات‌ها و فرآورده‌های گوناگون حاوی کاکائو



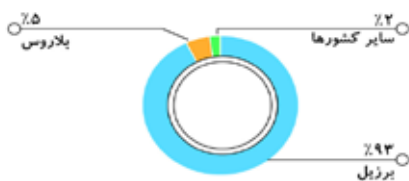
قند و شکر تصفیه شده از چغندر قند و نیشکر به صورت جامد بدون رنگ و افزودنی



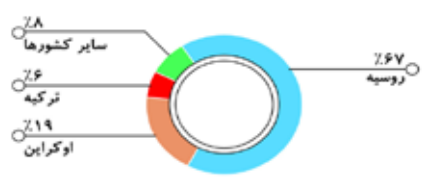
شیر خشک با چربی کمتر از ۱.۵ درصد



سوسیس و محصولات مشابه از گوشت، احشاء و خون



شیرینی (همچنین شکلات سفید) بدون کاکائو



بیسکویت شیرین



قطیر، کاشه خالی برای مصارف دارویی و نان شیرینی سازی گوناگون



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

از مجموع ۲/۹ میلیارد دلار واردات قزاقستان در محصولات گروه صنایع غذایی، کشور ایران سهم درخور توجهی را به خود اختصاص نداده است. ارزش صادرات محصولات غذایی ایران به قزاقستان در سال ۱۳۹۴ به سختی به ۲ میلیون دلار می‌رسد. مهم‌ترین اقلام صادراتی کشور به قزاقستان در این گروه به تفکیک استان عبارتند از:

۱. رب گوجه فرنگی به ارزش تقریبی ۷۸۸ هزار دلار، توسط استان‌های مازندران به ارزش ۳۱۷ هزار دلار، زنجان به ارزش ۱۷۱ هزار دلار، اصفهان به ارزش ۱۴۵ هزار دلار، همدان به ارزش ۷۴ هزار دلار، خراسان رضوی به ارزش ۶۰/۵ هزار دلار و گلستان به ارزش ۲۱ هزار دلار.
 ۲. مخمرهای فعال به ارزش ۵۲۵/۵ هزار دلار تنها از استان خراسان رضوی.
 ۳. روغن پالم به ارزش ۲۱۹ هزار دلار تنها از استان تهران.
 ۴. قند و شکر جمعا به ارزش ۱۲۰ هزار دلار که بخش عمده آن به استان آذربایجان شرقی با ارزش ۹۵ هزار دلار اختصاص دارد.
 ۵. آب انگور به ارزش ۸۴ هزار دلار تنها از استان آذربایجان غربی.
 ۶. سایر نان‌ها، فطیر، خمیر برای لاک و مهر و خمیرهای خشک کرده آرد غیر مذکور در جای دیگر، به ارزش ۵۰ هزار دلار تنها از استان خراسان رضوی.
- در میان استان‌های کشور در مجموع استان‌های خراسان رضوی، مازندران و تهران به ترتیب بیش‌ترین محصولات را با ارزش ۶۳۷/۵ هزار دلار، ۳۲۷ هزار دلار و ۲۱۹ هزار دلار به قزاقستان صادر کرده‌اند.

۴-۴- بازار دخانیات

در حال حاضر در قزاقستان مصرف دخانیات در بین افراد زیادی به ویژه آقایان رواج دارد. از آن‌جا که مصرف انواع دخانیات تأثیری منفی در سلامت جامعه دارد، دولت‌مردان درصدد هستند با تصویب سیاست‌های جدید، گامی در جهت بهبود سلامت افراد و کاهش مصرف بردارند. به همین منظور دولت قزاقستان از سال ۲۰۰۹ سیاست‌های جدی‌تر و کمپین‌هایی را برای کاهش استعمال دخانیات در نظر گرفته است. با این وجود بر اساس برآوردهای انجام گرفته، اندازه بازار مصرف از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۳ رو به افزایش بوده است. شایان ذکر است که طی این دوره رشد مصرف رو به کاهش بوده است.

پیش‌بینی می‌شود که مالیات‌های غیرمستقیمی که دولت برای سیگار در نظر گرفته است، بتواند مصرف سیگار و تنباکو را تحت تأثیر خود قرار دهد. افزایش مالیات‌ها بر قیمت سیگار اثر گذار است و ممکن است

باعث تغییر الگوی مصرفی افراد از مصرف سیگار به قلیان شود.

نمودار زیر روند تولید، واردات، صادرات و مصرف دخانیات را در قزاقستان به تصویر می‌کشد. همان‌طور که در نمودار مشاهده می‌شود، در سال ۲۰۱۳ اندازه بازار معادل ۰/۸ میلیارد دلار برآورد شده است. کشور قزاقستان حدود ۹۰ درصد نیاز داخلی بازار دخانیات را از طریق تولید داخلی تأمین کرده است. در این کشور از سال ۲۰۰۵ به بعد همواره واردات از صادرات بیش‌تر و تراز تجاری منفی بوده است. در ۵ سال اخیر همگام با رشد تولید، رشد بسیار اندک صادرات هم مشاهده می‌شود و یکی از مقاصد اصلی صادراتی در تمام این سال‌ها قرقیزستان بوده است.

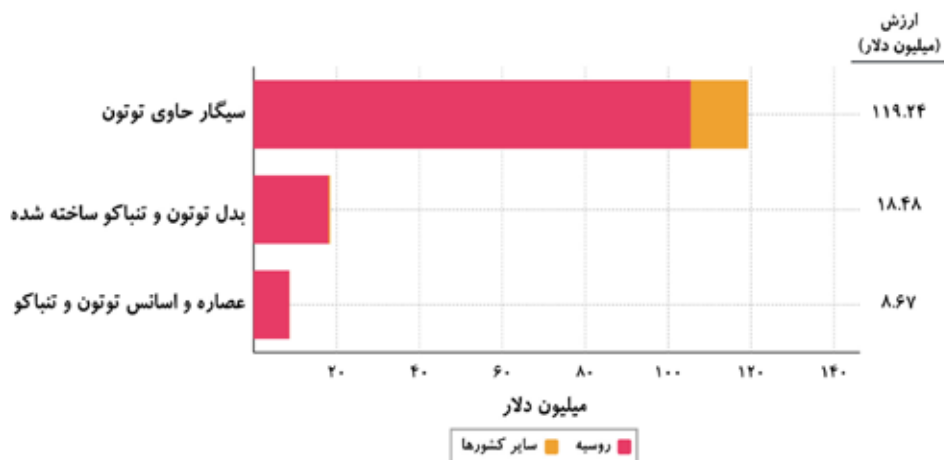
نمودار (۴-۱۹): بازار دخانیات قزاقستان (۲۰۱۴-۲۰۰۱)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO

نمودار زیر مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان را در سال ۲۰۱۴ و در گروه دخانیات به تفکیک کشورهای تأمین‌کننده نمایش می‌دهد. شایان ذکر است در این گروه، تنها کالای صادراتی ایران به قزاقستان در سال ۱۳۹۴، عصاره و اسانس توتون و تنباکو بوده که از استان تهران به ارزش تقریباً ۱۰۱ هزار دلار صادر شده است.

نمودار (۴-۲۰): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه دخانیات (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

۵-۴- بازار منسوجات، پوشاک و چرم

بر اساس برآوردهای انجام شده، در تابستان ۲۰۱۵ حدود ۱۱ درصد از هزینه‌های مردم قزاقستان به منسوجات، پوشاک و کفش اختصاص یافته است. این نسبت در طول هفت سال گذشته تقریباً ثابت باقی مانده است، که این امر از ثبات نسبی الگوی تخصیص مخارج خانوار حکایت دارد. به دلیل دسترسی به مواد اولیه طبیعی مانند پنبه، پشم، ابریشم و هم‌چنین مو و پوست حیوانات، تولید محصولات نساجی، پوشاک و چرم از فعالیت‌های سنتی در قزاقستان به شمار می‌رود که البته به هیچ عنوان پاسخ‌گوی نیاز بازار داخلی نیست.

با توجه به تمرکز مزارع کشت پنبه در مناطق جنوبی قزاقستان، بسیاری از کارگاه‌ها و کارخانه‌های صنعت نساجی و پوشاک در این مناطق مستقر شده‌اند. مواد اولیه طبیعی مورد نیاز این صنایع معمولاً از داخل تأمین می‌شود، اما مواد اولیه مصنوعی عمدتاً از دیگر کشورها وارد می‌شود. در مجموع ۲۵۶ بنگاه در صنعت منسوجات قزاقستان فعالیت دارند که شامل ۹ بنگاه بزرگ، ۱۰ بنگاه متوسط و ۲۳۷ بنگاه کوچک می‌شوند. در قزاقستان صنایع نساجی و دوخت البسه غالباً در استان‌های قزاقستان جنوبی، پولودار و آلماتی قرار دارند. پرداخت چرم عمدتاً در آلماتی، قزاقستان جنوبی و قزاقستان شمالی تمرکز یافته است. تولید کفش نیز عمدتاً در قزاقستان جنوبی، کوستانای، کاراگاندا و آلماتی متمرکز شده است. با این اوصاف در این صنایع به دلیل ماهر نبودن نیروی کار، بهره‌وری پایین است و از روش‌های تولید قدیمی استفاده می‌شود.

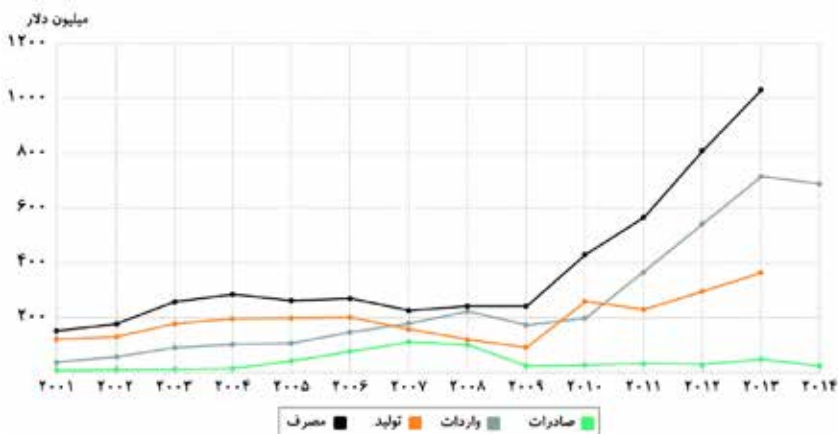


اگرچه در هفت سال اخیر، تولیدات صنایع منسوجات، پوشاک و چرم به اندازه ۲/۳ برابر افزایش یافته است، ولی عواملی چون کمبود مهارت، عدم وجود تجهیزات و تکنولوژی‌های پیشرفته و همچنین ضعف بازاریابی موجب شده است که این محصولات تنها ۵/۰ درصد از کل تولیدات صنعتی قزاقستان را در بر بگیرد. سهم صادرات این سه صنعت نیز در سال ۲۰۱۴ کم‌تر از ۱/۰ درصد کل صادرات قزاقستان بوده است. از این رو، بخش نساجی از جمله بخش‌هایی است که در برنامه توسعه و نوآوری صنعتی قزاقستان به ارتقای آن توجه ویژه‌ای شده است. در سال ۲۰۱۲، طبق برنامه "نقشه‌ای برای مسیر کسب‌وکار ۲۰۲۰"، بیست و سه پروژه نساجی به حجم ۱۸/۲ میلیارد دلار تأمین اعتبار شده است. علاوه بر این، برنامه‌های مهمی نیز برای ارتقاء صادرات کالاهای ساخته شده از پنبه، الیاف، پشم، چرم تجاری، پاپوش، پوشاک، لباس نوزاد، لباس ورزشی و غیره تدوین شده است.

۱-۵-۴- بازار منسوجات

بعد از بحران سال ۲۰۰۷، تولید منسوجات در قزاقستان کاهش محسوسی یافت. اما در سال‌های اخیر این روند بهبود یافته است. با این حال با توجه به مشکلات موجود در بخش منسوجات، تولید داخلی برای تأمین نیاز کشور کافی نبوده و این کمبود از طریق واردات جبران می‌شود. از سال ۲۰۱۰ با کاهش تعرفه واردات پارچه، واردات انواع پارچه افزایش یافته است. در این سال‌ها میزان واردات با سرعتی بیش از تولید در حال افزایش بوده و همین امر منجر به افزایش فاصله صادرات و واردات منسوجات قزاقستان و بزرگ شدن تراز تجاری منفی این محصولات شده است. حجم مصرف از سال ۲۰۰۹ رو به افزایش گذاشته و احتمال می‌رود این روند برای سال‌های آینده ادامه داشته باشد. نمودار زیر روند تولید، صادرات، واردات و برآورد بازار مصرف را طی سال‌های اخیر نشان می‌دهد.

نمودار (۴-۲۱): بازار منسوجات قزاقستان (۲۰۱۴-۲۰۰۱)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO

اندازه بازار منسوجات قزاقستان بالغ بر یک میلیارد دلار است که حجم وسیعی از آن از طریق واردات تأمین می‌شود. حجم تولید داخلی منسوجات این کشور در حدود ۳۸۰ میلیون دلار و حجم واردات تقریباً ۷۰۰ میلیون دلار است. نمودار زیر اقلام با بیش‌ترین حجم واردات را در سال ۲۰۱۴ به تفکیک کشورهای صادرکننده نشان می‌دهد.

نمودار (۴-۲۲): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه منسوجات (۲۰۱۴)

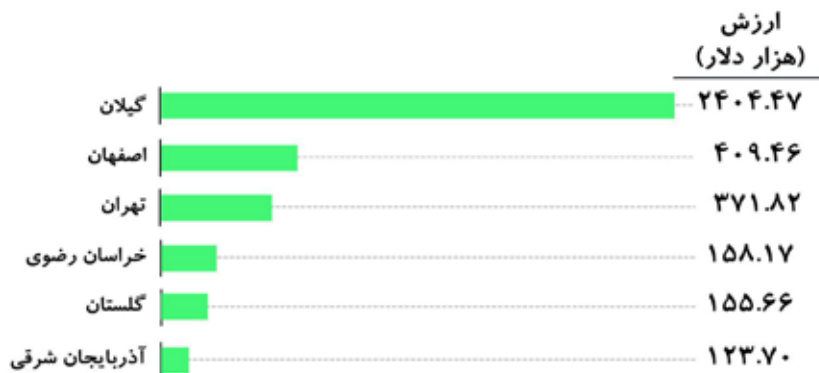


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

نمودار زیر صادرات منسوجات ایران به قزاقستان را در سال ۱۳۹۴ به تفکیک استان نمایش می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، صادرات استان گیلان تفاوت قابل توجهی با دیگر استان‌های کشور دارد. این استان در سال ۱۳۹۴ معادل ۲/۲۴ میلیون دلار کیسه برای بسته‌بندی از جنس پلی‌اتیلن یا پلی‌پروپیلن به مقصد قزاقستان صادر کرده است. علاوه بر این استان گیلان در حدود ۵۶ هزار دلار کف‌پوش غیرمخملی بافته شده از مواد نسجی سنتتیک و ۱۰۲ هزار دلار کفپوش از سایر مواد نسجی صادر کرده است. در همین زمینه پس از گیلان، استان اصفهان با صادرات ۴۰۹ هزار دلار کف‌پوش غیرمخملی بافته شده از مواد نسجی سنتتیک در جایگاه دوم قرار دارد. مطابق با نمودار زیر، استان‌های تهران، خراسان رضوی، گلستان و آذربایجان شرقی به ترتیب رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند.



نمودار (۴-۲۳): صادرات ایران به قزاقستان در گروه منسوجات به تفکیک استان‌ها (۱۳۹۴)



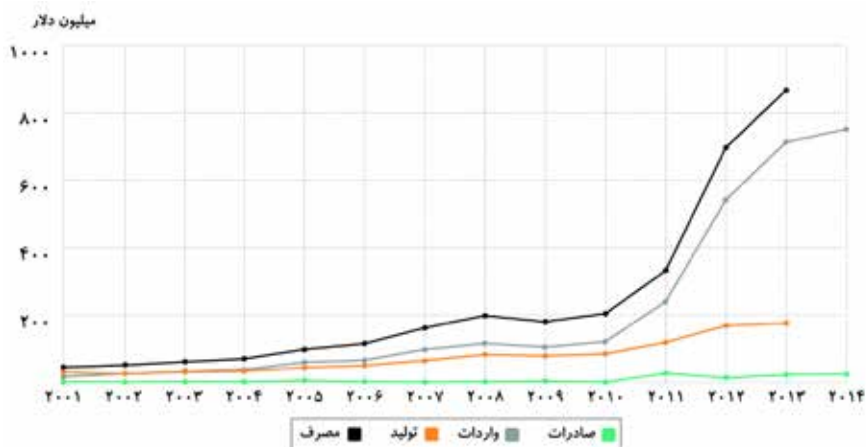
منبع: گمرگ جمهوری اسلامی ایران

۲-۵-۴- بازار پوشاک

در سال‌های اخیر، تولید پوشاک با شیب بسیار ملایمی رو به افزایش گذاشته است، به طوری که از ۸۴/۷ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱۷۶/۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۳ افزایش یافته است. با این حال تولید داخلی تنها ۲۰ درصد از نیاز بازار را پوشش می‌دهد. در سال ۲۰۱۵، در مجموع ۴۹۶ بنگاه تولیدکننده پوشاک در قزاقستان فعال بوده‌اند که ۹۶ درصد آن را کارگاه‌های کوچک تشکیل می‌دهند. این صنعت شامل تولید و ساخت لباس رو، لباس زیر، پوشاک نوزادان و کودکان، عمل آوردن و رنگ کردن پوست خردار و ساخت انواع کالاها از پوست خردار است.

نمودار زیر اندازه بازار پوشاک قزاقستان و تغییرات آن طی ۱۵ سال اخیر را به تصویر می‌کشد. طبق برآوردهای تحقیق، مردم قزاقستان در سال ۲۰۱۳ نزدیک به ۸۷۰ میلیون دلار انواع پوشاک مصرف کرده‌اند که از این رقم کمی بیش از ۷۰۰ میلیون دلار آن از طریق واردات تأمین شده است. با توجه به کاهش تعرفه وارداتی کشور چین، در سال‌های اخیر روند واردات پوشاک از این کشور شتاب گرفته است. شایان ذکر است که واردات پوشاک قزاقستان از ۲۳۸/۶ میلیون دلار در سال ۲۰۱۱ به ۷۵۰/۹ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است. با توجه به وجود جمعیت جوان نسبتاً بالا در قزاقستان و هم‌چنین گرایش این جوانان به داشتن ظاهر مناسب و پوشاک مد روز، پیش‌بینی می‌شود با بهبود وضعیت اقتصادی، واردات این گروه کالایی هم‌چنان رو به رشد باشد.

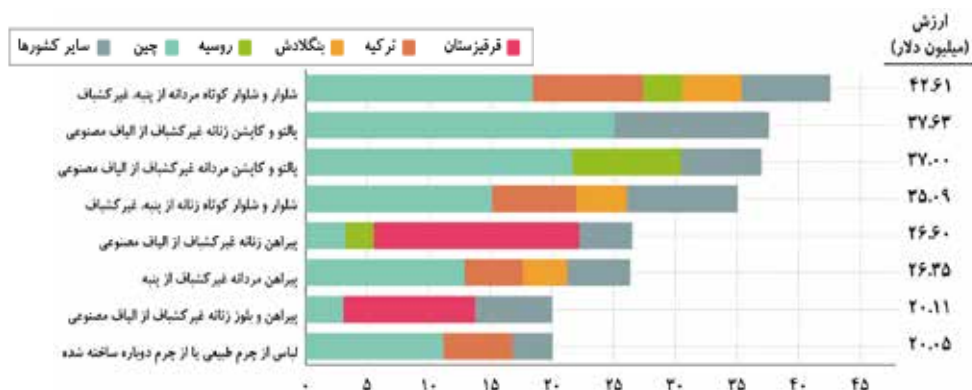
نمودار (۴-۲۴): بازار پوشاک قزاقستان (۲۰۱۴-۲۰۰۱)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO

مهم‌ترین اقلام پوشاک وارداتی قزاقستان عبارتند از شلوار و شلوار کوتاه مردانه و زنانه، پالتو و کاپشن مردانه و زنانه و همچنین پیراهن مردانه و زنانه غیرکشباف از الیاف مصنوعی که تأمین‌کنندگان اصلی این محصولات در سال ۲۰۱۴ کشورهای چین، ترکیه و روسیه بوده‌اند. نمودار زیر مهم‌ترین اقلام پوشاک وارداتی قزاقستان را به تصویر کشیده و سهم بازار مهم‌ترین کشورهای صادرکننده به این بازار را نمایش می‌دهد. در سال ۲۰۱۴، بخش عمده بازار به کشورهای چین، ترکیه، روسیه، قرقیزستان و بنگلادش اختصاص داشته است که در میان آنها چین در رتبه نخست قرار دارد.

نمودار (۴-۲۵): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه پوشاک (۲۰۱۴)

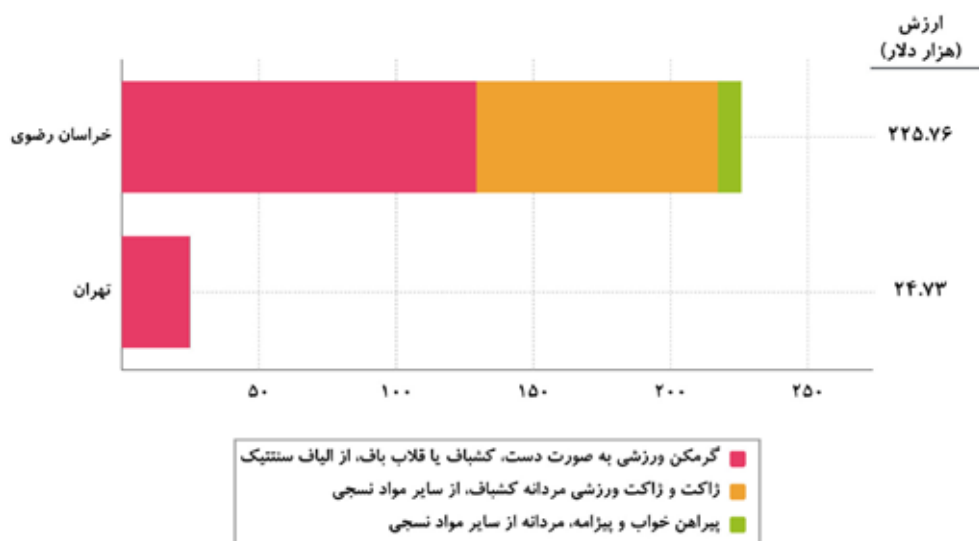


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC



در سال ۱۳۹۴ صادرات پوشاک ایران به قزاقستان در مجموع ۲۵۰ هزار دلار بوده است که تنها از دو استان خراسان رضوی و تهران انجام شده است. نمودار زیر اقلام صادراتی ایران را به تفکیک استان مبدأ صادرات نمایش می‌دهد. انواع گرمکن و ژاکت ورزشی به ارزش ۲۴۲ هزار دلار از جمله اقلام اصلی وارداتی قزاقستان از ایران به شمار می‌روند که عمدتاً از استان خراسان رضوی صادر شده است.

نمودار (۴-۲۶): صادرات ایران به قزاقستان در گروه پوشاک به تفکیک استان‌ها (۱۳۹۴)



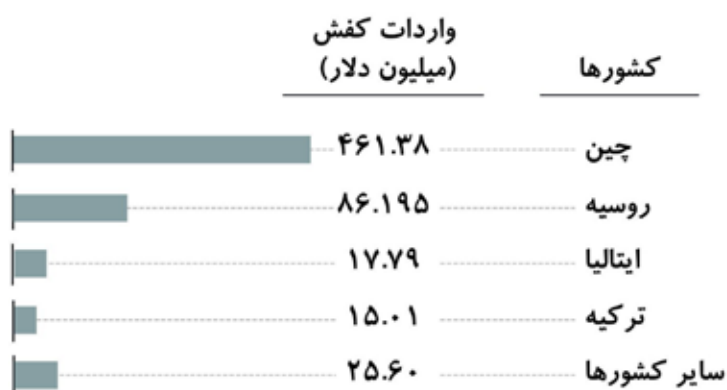
منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

۳-۵-۴- بازار چرم و محصولات چرمی

با توجه به وسعت فعالیت‌های دامداری در قزاقستان، این کشور در تولید انواع پوست و چرم مزیت دارد. در حال حاضر ۸۴ بنگاه شامل یک بنگاه بزرگ، ۷ بنگاه متوسط و ۷۶ بنگاه کوچک در صنعت چرم قزاقستان فعال هستند. با این حال، کم‌تر از ۳ درصد پشم و پوست تولید شده، در داخل کشور پرداخت می‌شود و ۹۷ درصد آن به صورت خام به خارج از کشور به ویژه به چین صادر می‌شود. البته، اخیراً با حمایت‌های دولت، مواد خام بیش‌تری در داخل کشور پردازش می‌شود. در مجموع، ارزش تولید چرم و کفش قزاقستان چیزی در حدود ۲۹ میلیون دلار برآورد می‌شود. این در حالی است که ارزش واردات چرم و کفش این کشور، ۶۵۷ میلیون دلار است. کاهش تعرفه واردات کفش از برخی کشورها در سال‌های اخیر، یکی از دلایل افزایش چشم‌گیر واردات این کالا به شمار می‌رود. در کنار این امر، می‌توان به کمبود نیروی کار ماهر و تجهیزات

مدرن اشاره کرد که موجب شده است به رغم وجود مواد خام اولیه، صنعت چرم و کفش از رشد مطلوبی برخوردار نباشد. تنها در سال ۲۰۱۴، قزاقستان بالغ بر ۶۰۰ میلیون دلار انواع کفش وارد کرده است. در این بازار، چین با ارزش صادرات ۴۶۱ میلیون دلار، بخش عمده بازار را در اختیار دارد. روسیه نیز به عنوان دومین صادر کننده، ۸۶ میلیون دلار کفش به قزاقستان صادر کرده است.

نمودار (۴-۲۷): واردات کفش قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

ارزش صادرات محصولات چرمی ایران به قزاقستان در سال ۱۳۹۴، در مجموع ۴۴۹ هزار دلار بوده است که عمدتاً از سه استان خراسان رضوی، تهران و گیلان صادر شده است. در این میان، چرم فرآوری شده سهم بیش‌تر و انواع کیف و کفش چرمی ساخته شده از سهم کم‌تری برخوردار است. در این سال، خراسان رضوی در صادرات چرم فرآوری شده و استان‌های تهران و گیلان در صادرات محصولات ساخته شده از چرم پیش‌تاز بوده‌اند.

نمودار (۴-۲۸): صادرات ایران به قزاقستان در گروه چرم و محصولات چرمی (۱۳۹۴)



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

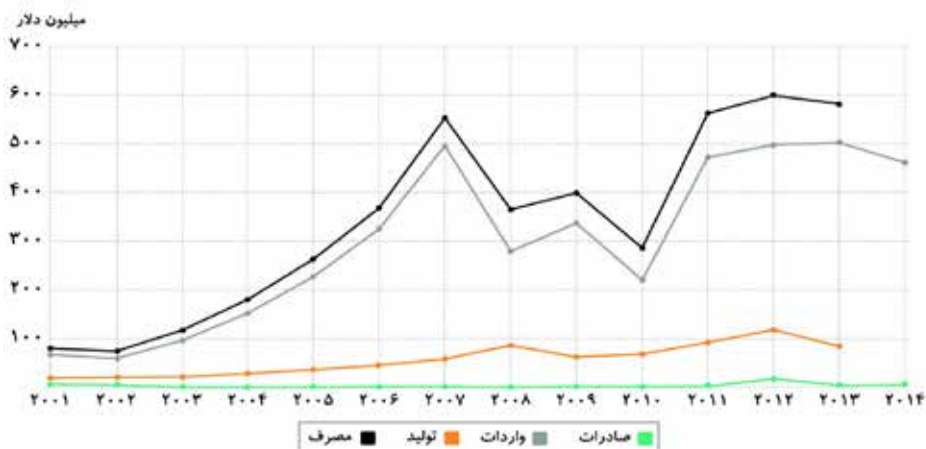
۴-۶- بازار چوب و محصولات چوبی

جنگل‌ها منبع اصلی تولید چوب مورد استفاده در جهان هستند اما با وجود این که کشور قزاقستان نهمین کشور پهناور جهان به شمار می‌رود، تنها ۱/۲ درصد از مساحت آن معادل ۳۳ هزار کیلومتر مربع، از جنگل پوشیده شده است. از این‌رو، این کشور در تولید چوب با محدودیت مواجه است و تولید این کشور پاسخگوی مصرف داخلی آن نیست.

اگرچه بازار صنایع چوبی طیف گسترده‌ای از محصولات را در بر می‌گیرد، محصولات چوبی مرتبط با صنعت ساختمان اعم از الوار و نئوپان، تخته فیبر، درب و پنجره، چارچوب، قاب، کفپوش، نرده و غیره، سهم بسیار بالایی از تقاضای چوب را تشکیل می‌دهند. بنابراین تحولات این بازار تا حدود زیادی متأثر از تحولات بازار مسکن و دوره‌های رکود و رونق بخش ساختمان است. درست به همین دلیل است که در سال‌های پس از ۲۰۰۷ با وقوع بحران در بخش مسکن قزاقستان، از تقاضا برای محصولات مذکور به شدت کاسته شده و مصرف چوب و محصولات چوبی به طور شتابان کاهش یافته است. البته این روند از سال ۲۰۱۰ مجدداً بهبود یافته و موجب افزایش نسبتاً با ثبات مصرف تا سال ۲۰۱۳ شده است. با این حال با توجه به نوسانات شاخص مسکن در سال‌های پس از ۲۰۱۴، که عمدتاً تحت تأثیر کاهش قیمت نفت بوده است، به نظر می‌رسد نوسان در بازار محصولات چوبی کماکان تداوم داشته باشد.

بخش بزرگی از نیاز بازار محصولات چوبی قزاقستان به وسیله واردات تأمین می‌شود. نمودار زیر روند تغییرات اندازه بازار محصولات چوبی را نمایش می‌دهد. بر اساس برآوردهای این تحقیق در سال ۲۰۱۳، اندازه بازار محصولات چوبی قزاقستان ۵۸۲ میلیون دلار بوده است که تولید داخلی تنها ۱۴ درصد این مقدار معادل ۸۴ میلیون دلار را پاسخ داده است. در نتیجه نزدیک به ۵۰۰ میلیون دلار از نیاز بازار از طریق واردات تأمین شده است.

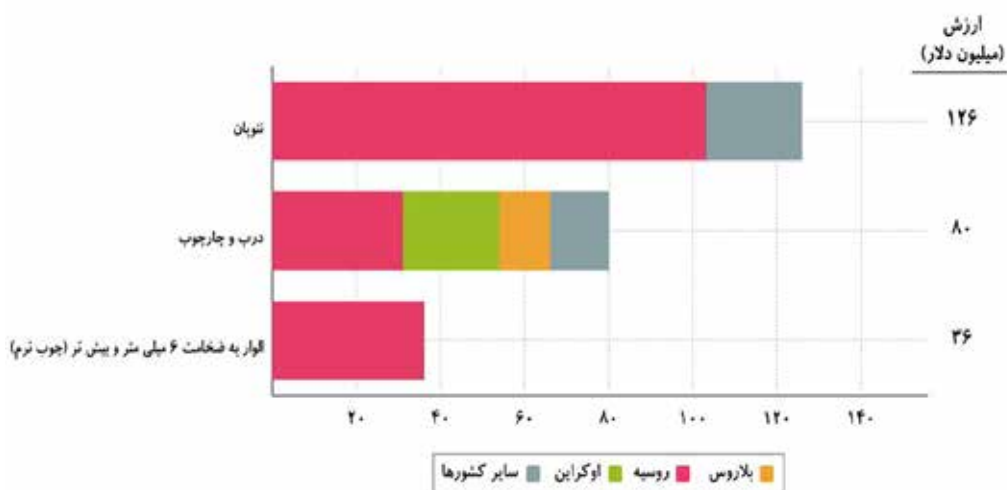
نمودار (۴-۲۹): بازار چوب و محصولات چوبی قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

در سال ۲۰۱۴ نزدیک به نیمی از واردات محصولات چوبی قزاقستان به سه محصول عمده شامل (نئوپان، انواع درب و چارچوب آن، الوار از چوب نرم سوزنی برگان به ضخامت ۶ میلی‌متر یا بیش‌تر) اختصاص یافته است. کشورهای روسیه، اوکراین و بلاروس مهم‌ترین تأمین‌کنندگان این محصولات چوبی به شمار می‌روند. در مجموع ارزش صادرات روسیه در سه محصول عمده فوق به ۱۷۰ میلیون دلار می‌رسد.

نمودار (۴-۳۰): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه چوب و محصولات چوبی (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC



صادرات محصولات چوبی ایران به قزاقستان در سال ۱۳۹۴ نزدیک به ۶۱ هزار دلار بوده است که تنها از سه استان خراسان رضوی، مازندران و تهران صادر شده است. در این میان صادرات استان خراسان رضوی به ۴۸ هزار دلار می‌رسد که عمدتاً شامل اشیاء چوبی مختلف غیر از صنایع دستی به ارزش ۴۶ هزار دلار و مصنوعات نجاری و قطعات چوب‌بست به ارزش ۱/۸ هزار دلار می‌شود. صادرات استان مازندران عمدتاً شامل تخته‌ام‌دی‌اف با ضخامت کم‌تر از ۵ میلی‌متر به ارزش ۶/۹ هزار دلار می‌شود و صادرات استان تهران نیز شامل کفراز به منظور بتن‌ریزی است که به ۵/۲ هزار دلار می‌رسد.

نمودار (۴-۳۱): صادرات ایران به قزاقستان در گروه چوب و محصولات چوبی (۱۳۹۴)



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

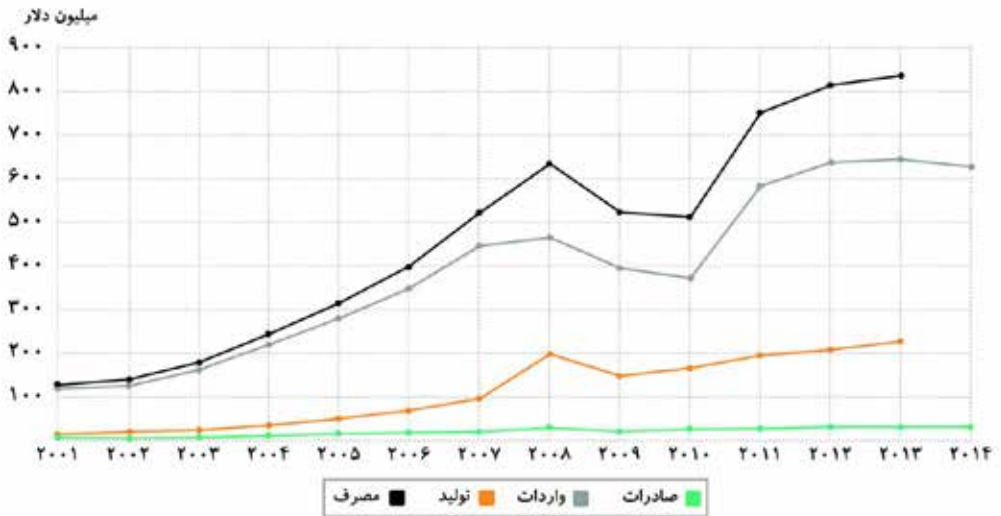
۷-۴- بازار محصولات کاغذی و مقوایی

تقاضای محصولات کاغذی و مقوایی تقاضای مشتقه است. به بیان بهتر، تقاضا برای محصولات این صنعت از تقاضا برای صنایعی دیگر هم‌چون صنایع بسته‌بندی، صنایع بهداشتی، صنعت ساختمان و غیره، تأثیر می‌پذیرد. به طور مثال، افزایش تقاضا برای انواع کالاهایی که در بسته‌بندی‌های مقوایی به بازار عرضه می‌شود، منجر به افزایش تقاضای کاغذ و مقوا می‌شود. تقاضای کاغذ بهداشتی پالپ نیز به عنوان ماده اولیه برای تولید صنایع بهداشتی، از تقاضای محصولات این صنعت متأثر است. به‌طور مشابه، تقاضا برای انواع کاغذ دیواری ارتباط تنگاتنگی با رونق یا رکود صنعت ساختمان دارد.

بر اساس برآوردهای این تحقیق، اندازه بازار محصولات کاغذی قزاقستان در سال ۲۰۱۳ معادل ۸۳۶ میلیون دلار بوده است. نزدیک به سه چهارم نیاز این بازار در حال رشد از طریق واردات برآورده می‌شود و تولید داخلی تنها بخش کوچکی از تقاضای بازار را پوشش می‌دهد. تولید ناکافی در مقابل تقاضای قابل توجه محصولات کاغذی و مقوایی باعث منفی شدن تراز تجاری قزاقستان در تجارت این محصولات شده است. به دنبال رکود جهانی سال ۲۰۰۷ و کاهش تقاضای محصولات صنایع گوناگون، مصرف و در نتیجه آن، واردات کاغذ کاهش یافت و به همین علت از اندازه کسری تجاری در سال‌های ۲۰۰۹

و ۲۰۱۰ کاسته شد، اما با بهبود شرایط و افزایش تقاضا اندازه کسری تجاری در این دسته محصولات، مجدداً افزایش یافت.

نمودار (۴-۳۲): بازار محصولات کاغذی و مقوایی قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO

بخش قابل توجهی از واردات محصولات کاغذی قزاقستان به محصولات سلولزی بهداشتی، کاغذ دیواری و کارتن بسته‌بندی اختصاص یافته است. در سال ۲۰۱۴، قزاقستان نزدیک به ۱۲۹ میلیون دلار محصولات سلولزی بهداشتی شامل انواع دستمال، پوشک کامل بچه و پد بهداشتی وارد کرده است. کشورهای روسیه و لهستان به ترتیب با ۶۷ و ۲۴ میلیون دلار، صادرکنندگان عمده محصولات سلولزی بهداشتی به قزاقستان بوده‌اند و کشورهای مجارستان، ژاپن، اوکراین و ترکیه در صادرات این اقلام، رتبه‌های بعدی را در اختیار دارند. افزایش استانداردهای زندگی، سبک مدرن زندگی و شهرنشینی در کنار تمایل به راحتی و صرفه‌جویی در وقت، به تقاضای استفاده از پوشک‌های کامل افزوده است. در سال ۲۰۱۵، جمعیت کودکان نیازمند پوشک (کودکان ۰ تا ۳۶ ماهه) با ۲ درصد افزایش به یک میلیون و پانصد و هشتاد و سه هزار نفر رسید. پیش‌بینی می‌شود این رشد تا سال ۲۰۱۸ ادامه یافته و بین سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰ کاهش یابد. البته به نظر می‌رسد این کاهش با افزایش تمایل به استفاده از پوشک کامل در این سال‌ها جبران شود. علاوه بر این، افزایش درآمد و بهبود سطح زندگی در کنار رشد صنعت توریسم، تأثیر مثبتی بر مصرف انواع



دستمال کاغذی داشته است. ۸۵ درصد از حجم بازار خرده‌فروشی ۲۰ میلیون دلاری دستمال کاغذی قزاقستان در سال ۲۰۱۲، به تقاضای انواع دستمال توالت اختصاص داشته است. بر اساس برآوردها، مصرف سرانه دستمال کاغذی در قزاقستان یک کیلو و ۴۰۰ گرم است. در این میان، مصرف‌کنندگان با درآمد بالاتر به استفاده از محصولات مرغوب‌تر خارجی تمایل دارند. با این حال هنوز بسیاری از مردم قزاقستان قیمت پایین‌تر انواع دستمال کاغذی را به کیفیت بالاتر آن ترجیح می‌دهند.

نمودار (۴-۳۳): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه محصولات کاغذی و مقوایی (۲۰۱۴)



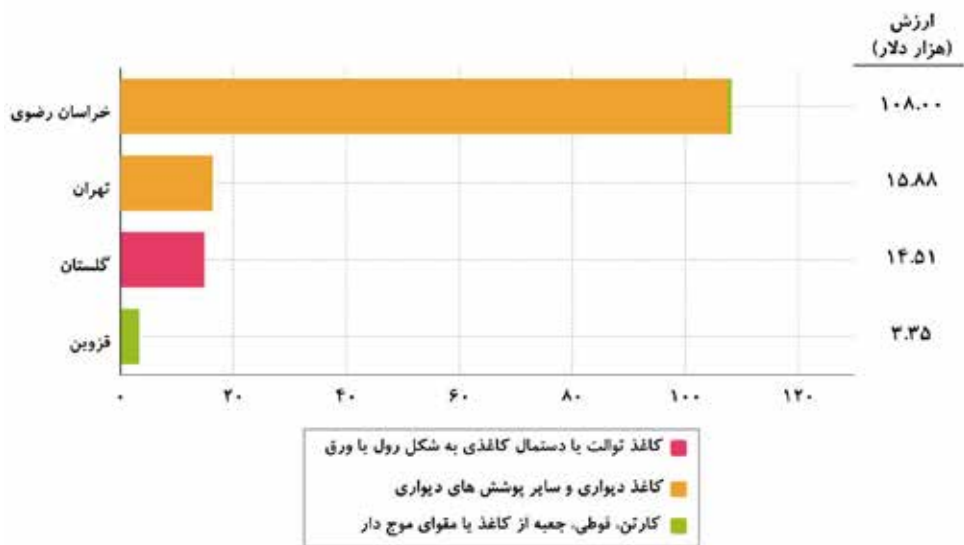
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

در سال‌های اخیر، ساخت‌وساز مسکونی یکی از بخش‌های در حال رشد صنعت ساختمان قزاقستان بوده است. بهبود وضعیت اقتصاد قزاقستان، رشد املاک و مستغلات و همچنین رشد ساخت‌وساز و بازسازی مسکن، تقاضا برای تجهیزات و مصالح ساختمانی از جمله انواع کاغذهای دیواری را افزایش داده است. با توجه به این که کم‌تر از نیمی از مصالح ساختمانی مورد استفاده قزاقستان در داخل کشور تولید می‌شود؛ تقاضای قابل توجهی برای محصولات وارداتی با کیفیتی که در ساخت‌وساز و نوسازی مورد استفاده قرار می‌گیرند، وجود دارد. به همین دلیل در سال ۲۰۱۴ قزاقستان ۶۹ میلیون دلار انواع کاغذ دیواری و عمدتاً از کشورهای اوکراین، روسیه و ایتالیا وارد کرده است.

با توجه به نیاز داخلی این کشور، کارتن و جعبه‌های مقوایی و کاغذی نیز در شمار محصولات با واردات بالا قرار دارند. در سال ۲۰۱۴ قزاقستان ۳۸ میلیون دلار انواع کارتن و جعبه وارد کرده است. بزرگ‌ترین صادرکنندگان کارتن و جعبه‌های مقوایی به قزاقستان، کشورهای روسیه و چین هستند.

در مجموع کشور روسیه با ۱۰۳ میلیون دلار صادرات، جایگاه نخست را در بین تأمین‌کنندگان محصولات کاغذی وارداتی قزاقستان به خود اختصاص داده است. این در حالی است که مجموع صادرات کشور ایران در گروه محصولات کاغذی و مقوایی در سال ۱۳۹۴ معادل ۱۴۲ هزار دلار بوده است. این صادرات به ترتیب حجم از چهار استان خراسان رضوی، تهران، گلستان و قزوین انجام شده است. در این سال از استان خراسان رضوی ۱۰۷ هزار دلار کاغذ و پوشش‌های دیواری، از استان تهران ۱۶ هزار دلار کاغذ و پوشش‌های دیواری، از استان گلستان ۱۴/۵ هزار دلار کاغذ و دستمال توالی و از استان قزوین ۳/۳ هزار دلار کارت‌ن به قزاقستان صادر شده است.

نمودار (۴-۳۴): صادرات ایران به قزاقستان در گروه محصولات کاغذی و مقوایی (۱۳۹۴)



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

۸-۴- بازار محصولات شیمیایی

صنایع شیمیایی طیف وسیعی از محصولات را در بر می‌گیرد. این صنعت، تولیدکننده مواد اولیه اصلی برای دیگر صنایع است. به طور کلی مواد شیمیایی اساسی، کودها و ترکیبات ازت، مواد ضد آفت، مواد پلاستیکی به شکل اولیه و لاستیک مصنوعی، رنگ، روغن جلا، مرکب چاپ، انواع بتونه، محصولات دارویی، صابون‌ها و پاک‌کننده‌ها، انواع عطر و فرآورده‌های بهداشتی و همچنین الیاف مصنوعی در گروه مواد شیمیایی قرار می‌گیرند.



انواع مختلف کودهای شیمیایی با استفاده از اسید فسفریک ساخته می‌شود. در تولید اسید فسفریک از سنگ فسفات استفاده می‌شود. نفت و گاز طبیعی نیز در تولید مواد اولیه صنایع رنگ، پلاستیک، پاک‌کننده‌ها و فرآورده‌های آرایشی بهداشتی به کار می‌روند. گاز طبیعی ماده خام اصلی در تولید کودهای ازت است. پتاسیم نیز، ماده خام اصلی در تولید کودهای کلراید، سولفات و پتاسیم است.

قزاقستان دارای ذخایر قابل توجه فسفریت، کرومیت، نمک سدیم و دیگر مواد معدنی و هیدروکربنی است. این کشور از ظرفیت بازیافت گاز سولفور از صنایع متالورژی نیز برخوردار است. از ۱۰۵ عنصر شیمیایی جدول تناوبی مندلیف، ۹۹ عنصر در خاک‌های قزاقستان یافت می‌شود. ذخایر بزرگ و متنوع مواد معدنی، وجود بازار داخلی در حال رشد و بازار خارجی کشورهای متقاضی مواد شیمیایی، زمینه‌های لازم برای توسعه صنایع شیمیایی را در قزاقستان ایجاد کرده است. همانند ایران، قزاقستان با دارا بودن طیف وسیعی از منابع معدنی و هیدروکربنی از مزیت نسبی در تولید مواد شیمیایی مختلف برخوردار است که هر یک ماده اولیه بسیاری از صنایع دیگر به شمار می‌رود. در این کشور، ذخایر نمک پتاسیم در استان‌های آکتوبه، آتیرائو و قزاقستان غربی قرار دارد. بیش‌ترین ذخایر سنگ فسفات در استان ژامبیل و قزاقستان جنوبی یافت شده است و میدان‌های گازی در مناطق کاراچاگاناک^{۱۷۸}، تنگیز^{۱۷۹} و کاشاگان واقع شده‌اند.

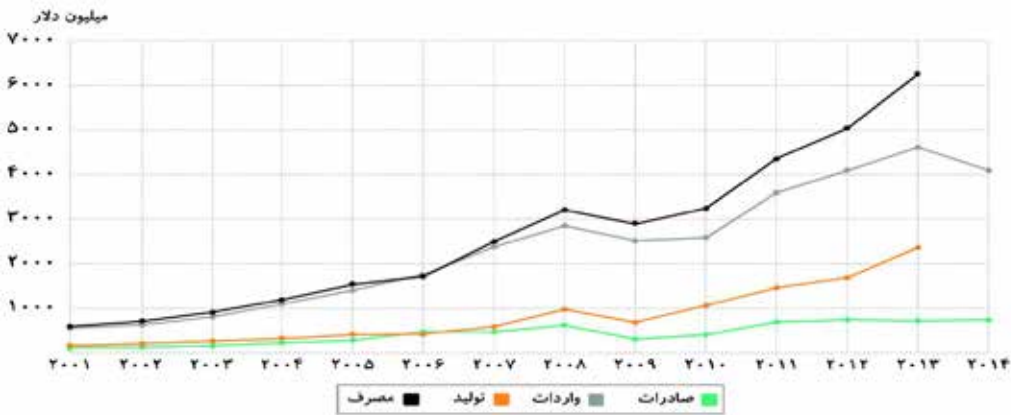
به‌طور کلی نحوه استقرار بنگاه‌های اصلی تولیدکننده محصولات شیمیایی، به کیفیت دسترسی به بازارهای مصرف و همچنین نوع نیازشان به مواد اولیه بستگی دارد که می‌تواند مواد خام استخراج شده از معادن یا مواد تولید شده توسط بنگاه‌های دیگر باشد. بنابراین بنگاه‌هایی که موضوع فعالیت آن‌ها مراحل اولیه فرآوری است، در نزدیکی منابع خام مستقر می‌شوند. به عنوان مثال بنگاه‌های تولیدکننده کودهای نیتروژن، فسفریت، پتاس و کودهای مخلوط در استان‌های ژامبیل، آکتوبه، آتیرائو و قزاقستان جنوبی فعال هستند. اما بنگاه‌هایی که زمینه فعالیت آن‌ها مراحل پیشرفته‌تر فرآوری است و تولید آن‌ها نیازمند در دسترس بودن عواملی چون نیروی کار ماهر، دانش علمی و فنی و همچنین تجهیزات کارخانه‌ای مناسب است، عمدتاً به مرکز نزدیک‌تر هستند. به عنوان مثال تولید مواد شیمیایی مصرف‌کننده و مواد شیمیایی خاص، در استان‌های پاولودار، کاراگاندا، قزاقستان شرقی و آلماتی، تولید سود سوزآور در پاولودار، تولید سولفوریک اسید در آکمول، کزبل اوردا و ژامبیل و تولید کالاهای لاستیکی در کاراگاندا صورت می‌گیرد. به دلیل وجود ذخایر بزرگ نفت، فرآورده‌های پتروشیمی در قزاقستان در حال توسعه هستند و کارخانه‌های پتروشیمی بزرگی در استان‌های آتیرائو، قزاقستان جنوبی و پاولودار ایجاد شده‌اند. بررسی بازار محصولات شیمیایی قزاقستان نشان می‌دهد که به استثنای سال ۲۰۰۹، مصرف محصولات شیمیایی تا پایان سال ۲۰۱۳ روند رو به رشدی داشته است. علی‌رغم وجود منابع قابل توجه برای تولید محصولات شیمیایی، طی

178 . Karachaganak

179 . Tengiz

سال‌های گذشته همواره قزاقستان بخش قابل توجهی از مصرف را از راه واردات پاسخ داده است. بر اساس برآوردهای این تحقیق، اندازه بازار صنایع شیمیایی قزاقستان در سال ۲۰۱۳ معادل ۶/۳ میلیارد دلار بوده است که حدود ۴/۶ میلیارد دلار آن از طریق واردات تأمین شده است. تولید داخلی قزاقستان در این سال به ۲/۴ میلیارد دلار رسیده است که حدود ۷۰۰ میلیون دلار آن صادر شده است.

نمودار (۴-۳۵): بازار محصولات شیمیایی قزاقستان (۲۰۱۴-۲۰۰۱)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO

با توجه به این که صنایع شیمیایی طیف وسیعی از محصولات از انواع کود تا محصولات دارویی و محصولات آرایشی بهداشتی را در بر می‌گیرد، تحلیل بازار کالاهای وارداتی قزاقستان در این گروه از صنایع باید به تفکیک انجام شود. از این رو در ادامه، این محصولات در شش بخش مجزا اعم از بازار کود و ترکیبات ازت، بازار مواد پلاستیکی اولیه و لاستیک مصنوعی، بازار رنگ، روغن جلاء، مرکب و بتونه، بازار محصولات دارویی، بازار صابون، پاک‌کننده‌ها، انواع عطر و فرآورده‌های بهداشتی و در نهایت بازار محصولات شیمیایی مورد استفاده در صنایع دیگر، مواد منفجره و انواع چسب بررسی و تحلیل خواهند شد.

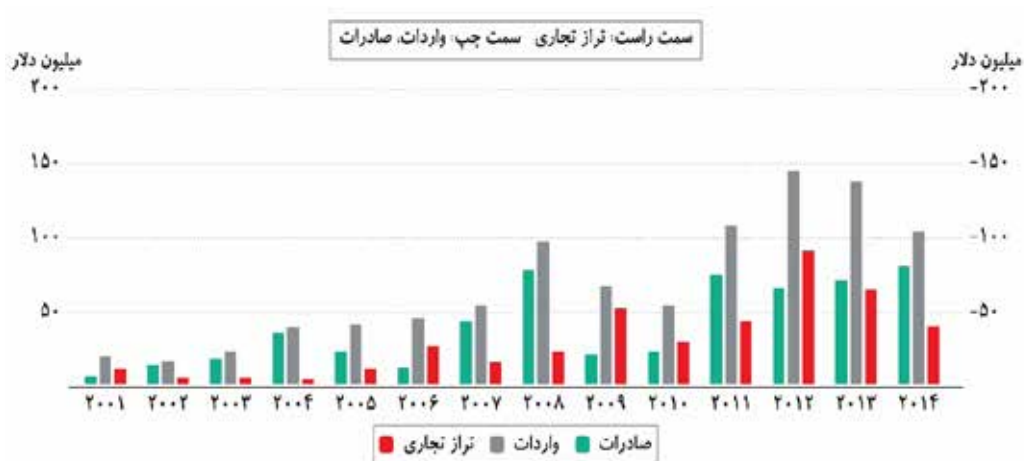
۱-۸-۴- بازار کود و ترکیبات ازت

نمودار زیر صادرات، واردات و تراز تجاری قزاقستان را در گروه انواع کود و ترکیبات ازت نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، از سال ۲۰۰۴ تا سال ۲۰۱۴، صادرات کود همواره از واردات آن کم‌تر بوده است. هر چند تحت تأثیر رکود و تغییرات نرخ ارز، واردات در سال ۲۰۱۴ کاهش محسوسی داشته است اما همچنان از صادرات بیش‌تر بوده است. قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۰۶ میلیون دلار انواع



کود و ترکیبات ازت وارد کرده است. علی‌رغم نیاز بازار قزاقستان به واردات کود، این کشور در فهرست واردکنندگان کود از ایران قرار ندارد. شایان ذکر است ایران در سال ۱۳۹۴ معادل ۸۰۷ میلیون دلار انواع کود به سایر کشورهای جهان صادر کرده است. در بین این کشورها هند با واردات ۵۲۱ میلیون دلار در صدر واردکنندگان کود و ترکیبات ازت کشور قرار دارد. کشورهای ترکیه و عراق به ترتیب با واردات ۹۸ و ۹۱ میلیون دلار در رده‌های بعدی قرار دارند.

نمودار (۴-۳۶): صادرات، واردات و تراز تجاری قزاقستان در انواع کود و ترکیبات ازت (۲۰۰۱-۲۰۱۴)

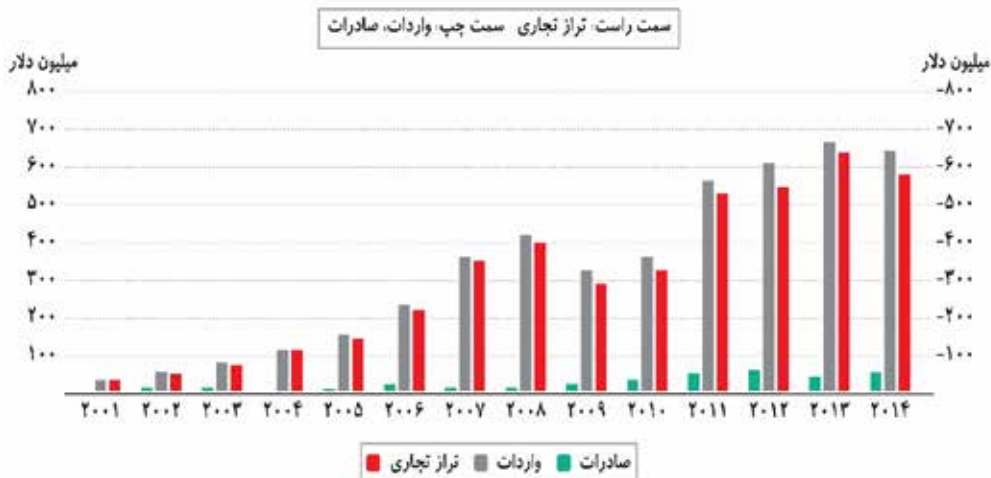


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

۲-۸-۴- بازار پلاستیکی اولیه و لاستیک مصنوعی

قزاقستان در سال‌های اخیر در گروه مواد پلاستیکی اولیه و لاستیک مصنوعی، واردات قابل توجهی داشته و کسری تجاری این کشور در محصولات مذکور از روندی رو به رشد برخوردار بوده است. واردات این کشور در این گروه از محصولات در سال‌های اخیر به رقمی بالغ بر ۶۰۰ میلیون دلار رسیده است. این در حالی است که در سال ۱۳۹۴ تنها ۵/۳ میلیون دلار انواع پلاستیک از ایران راهی قزاقستان شده است که از این رقم ۳/۴ میلیون دلار به پلیمرهای اتیلن به شکل ابتدایی اختصاص داشته است. استان تهران با ۲/۴ میلیون دلار، بوشهر با ۱/۲ میلیون دلار و گیلان با ۸۰۰ هزار دلار، بیش‌ترین مواد پلاستیکی اولیه را در بین استان‌های کشور به قزاقستان صادر کرده‌اند.

نمودار (۴-۳۷): صادرات، واردات و تراز تجاری قزاقستان در مواد پلاستیکی اولیه و لاستیک مصنوعی (۲۰۱۴-۲۰۰۱)



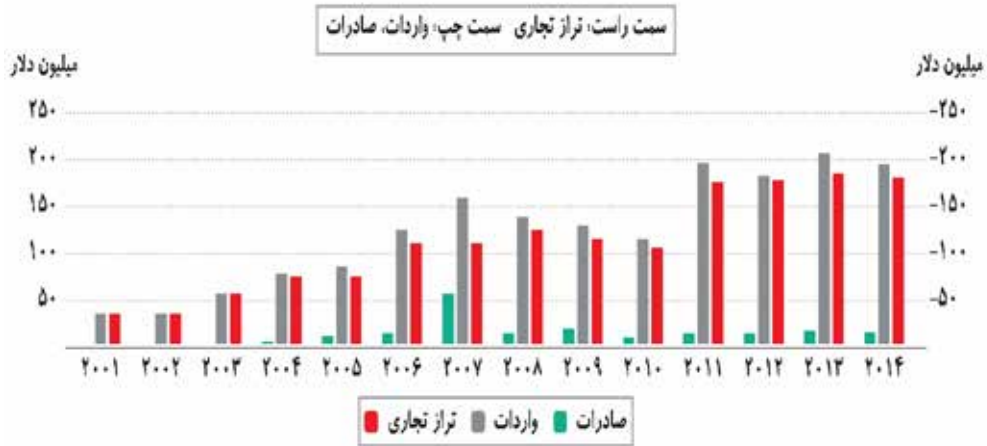
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

۳-۸-۴- بازار انواع رنگ، روغن جلاء، مرکب و بتونه

کسری تجاری رو به افزایش قزاقستان در تجارت انواع رنگ و فرآورده‌های مشابه آن، از بازار رو به رشد این محصولات در این کشور حکایت دارد. تقاضا برای این گروه از محصولات تا حد زیادی تحت تأثیر رونق یا رکود حاکم در بخش ساخت‌وساز است. از این رو در پیش‌بینی آینده بازار، وضعیت بخش مسکن و ساخت‌وساز یک متغیر کلیدی محسوب می‌شود. نمودار زیر واردات و صادرات قزاقستان از این گروه کالاها را در سال‌های اخیر به خوبی به تصویر می‌کشد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، قزاقستان در سال ۲۰۱۴ بیش از ۱۹۵ میلیون دلار انواع رنگ، روغن جلاء، مرکب و بتونه وارد کرده است. این در حالی است که کشور ایران در سال ۱۳۹۴ در مجموع ۹۸ میلیون دلار انواع رنگ صادر کرده است که تنها ۸/۸ میلیون دلار آن به قزاقستان ارسال شده است. اولین مقصد صادراتی کشور در این گروه از کالاها ترکمنستان با واردات ۴۸ میلیون دلار است. در همین زمینه، افغانستان و تاجیکستان به ترتیب با واردات ۱۹ و ۱۱ میلیون دلار دومین و سومین مقصد صادراتی کشور به شمار می‌روند و قزاقستان با واردات ۸/۸ میلیون دلاری در جایگاه چهارم قرار دارد.



نمودار (۴-۳۸): صادرات، واردات و تراز تجاری قزاقستان در انواع رنگ، روغن جلاء، مرکب و بتونه (۲۰۰۱-۲۰۱۴)

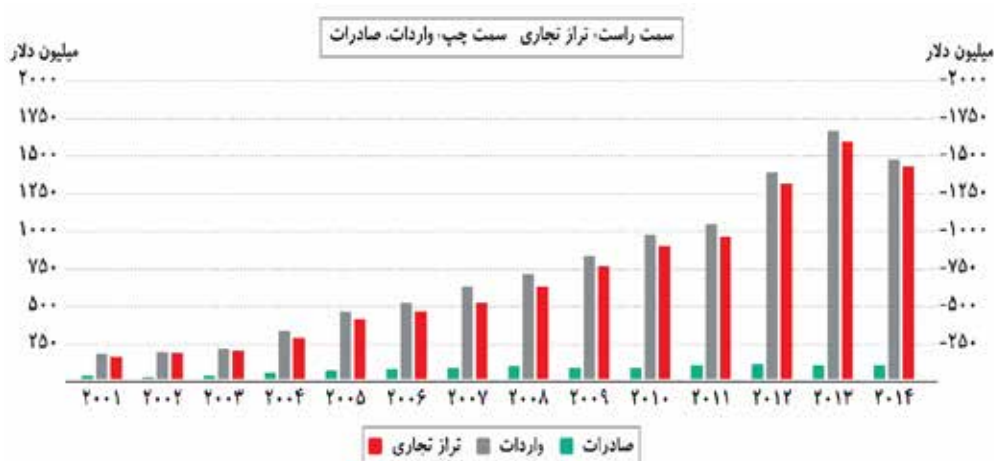


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

۴-۸-۴- بازار محصولات دارویی

در سال ۲۰۱۴ قزاقستان بیش از ۱/۴ میلیارد دلار انواع محصولات دارویی وارد کرده است. در میان کشورهای شوروی سابق، این کشور یکی از بالاترین نرخ‌های سرانه مصرف مواد دارویی را دارد. با وجود کوشش‌های دولت برای بهبود و افزایش تولید داخلی دارو، قزاقستان هنوز برای صادرکنندگان محصولات دارویی جذاب است، زیرا در برنامه دولت، تولید داروهای کارا و جدید به عنوان یک اولویت در نظر گرفته نشده است. در سال ۲۰۱۳ تولید داخلی تنها ۲۰ درصد از نیاز بازار را تأمین کرده است. مضاف بر این، تولیدکنندگان داخلی محصولات ابتدایی دارویی را تولید می‌کنند که به تکنولوژی‌های نوین نیاز ندارند. تقاضای بازار برای مواد دارویی پیچیده و خاص به طور کامل توسط واردات برآورده می‌شود. به طور مثال، بیماری‌های جدی مانند قلب و عروق، سرطان و دیابت هنوز هم نیاز به واردات داروهای پیشرفته دارند. کشورهای آلمان، فرانسه و روسیه تأمین‌کنندگان مهم محصولات دارویی قزاقستان هستند. در سال ۱۳۹۴ ایران ۱۰۱ میلیون دلار انواع دارو به کشورهای جهان صادر کرده است. در همین سال کل صادرات دارویی کشور به قزاقستان برابر با ۵۹ هزار دلار مکمل دارویی بوده که از استان تهران صادر شده است.

نمودار (۴-۳۹): صادرات، واردات و تراز تجاری قزاقستان در محصولات دارویی (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



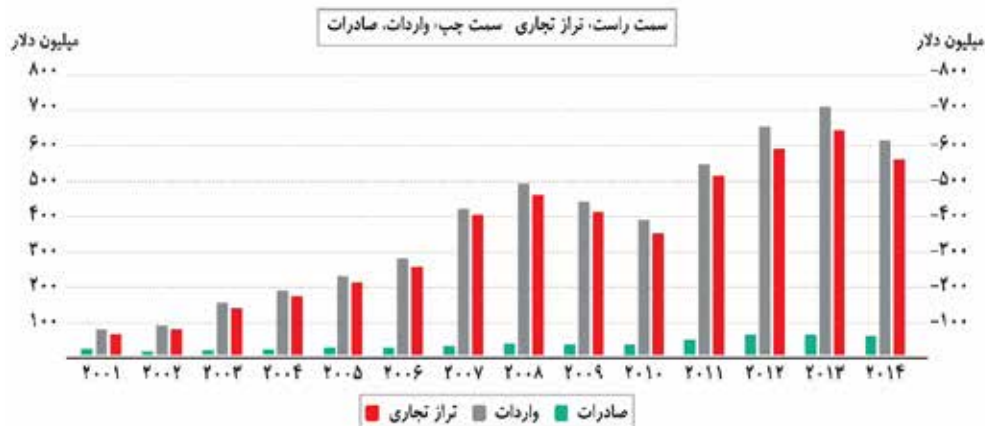
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

۵-۸-۴- بازار صابون، پاک‌کننده‌ها، انواع عطر و فرآورده‌های بهداشتی

بهبود سطح زندگی در سال‌های اخیر باعث افزایش تقاضا برای مواد شست‌وشوی مورد استفاده در منزل و همچنین افزایش تقاضا برای شوینده‌ها به شکل قرص‌های فشرده و شوینده‌های مایع شده است. در این زمینه شرکت‌های چندملیتی تولیدکننده مواد شوینده با توجه به حضور طولانی‌مدت خود در قزاقستان، بهتر توانسته‌اند اعتماد مصرف‌کنندگان را به خود جلب نمایند. به‌علاوه این شرکت‌ها بزرگ هستند و از عهده هر نوع رقابت تبلیغاتی برمی‌آیند. البته تولیدکنندگان داخلی نیز با ارائه قیمت‌های مناسب، متقاضیان داخلی را جذب نموده‌اند. با این حال، کسری تراز تجاری قزاقستان در این نوع کالاها قابل توجه است. قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۶۰۴ میلیون دلار انواع صابون، پاک‌کننده، عطر و محصولات بهداشتی وارد کرده است. این در حالی است که در سال ۱۳۹۴ تنها ۲/۶ میلیون دلار انواع شوینده و فرآورده‌های بهداشتی از ایران به قزاقستان صادر شده است. از این رقم ۱/۷ میلیون دلار به استان تهران اختصاص داشته است که شامل مواد پاک‌کننده و آرایشی می‌شود. مابقی صادرات کشور در این گروه از کالاها به ترتیب توسط استان‌های خراسان رضوی با ۷۲۱ هزار دلار، قزوین با ۱۷۰ هزار دلار و گلستان با ۵۲ هزار دلار انجام شده است.

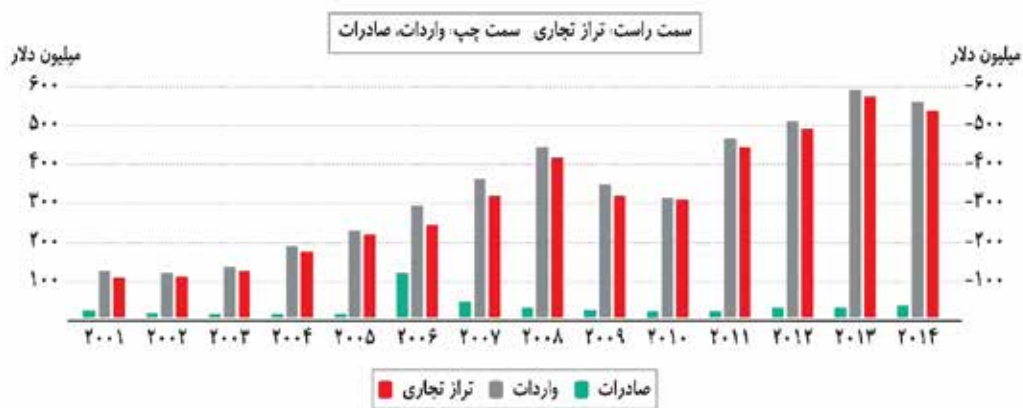


نمودار (۴-۴): صادرات، واردات و تراز تجاری قزاقستان در صابون، پاک‌کننده‌ها، انواع عطر و فرآورده‌های بهداشتی (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

۶-۸-۴- بازار مواد شیمیایی مورد استفاده در صنایع دیگر، مواد منفجره و انواع چسب



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

۷-۸-۴- مهم‌ترین صادرکنندگان محصولات شیمیایی به قزاقستان

همان‌طور که ملاحظه شد، با توجه به تنوع بسیار زیاد محصولات شیمیایی، در بخش‌های قبل به منظور افزایش دقت تحلیل، این محصولات در شش گروه مجزا طبقه‌بندی شد و حجم و اندازه بازار آن‌ها به تفکیک برآورد گردید. علاوه بر این، در هر یک از این گروه‌ها با بررسی حجم صادرات ایران به قزاقستان، عملکرد تجاری کشور به تفکیک استان‌های مبدأ صادرات نیز بررسی گردید.

در این بخش، بازار محصولات شیمیایی قزاقستان از زاویه‌ای دیگر و با تمرکز بر نقش و جایگاه صادرکنندگان عمده یا در حقیقت مهم‌ترین رقبای صادراتی تحلیل خواهد شد. بدین منظور از میان طیف وسیع محصولات شیمیایی، بر ۱۰ قلم از مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان تمرکز کرده و عملکرد مهم‌ترین کشورهای تأمین‌کننده این محصولات را بررسی خواهیم کرد. نمودار زیر مهم‌ترین محصولات شیمیایی وارداتی قزاقستان را نمایش می‌دهد.

نمودار (۴-۴۲): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه محصولات شیمیایی (۲۰۱۴)

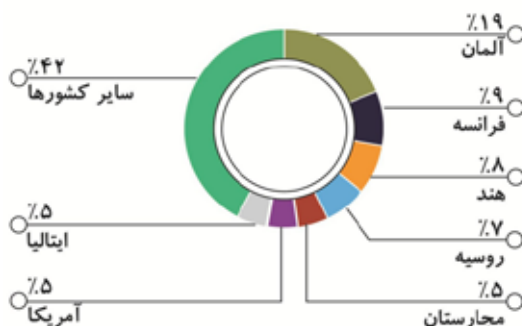


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

پیش از این گفته شد که ارزش کل واردات قزاقستان از محصولات شیمیایی ۴/۶ میلیارد دلار و واردات انواع محصولات دارویی این کشور بالغ بر ۱/۴ میلیارد دلار است. مطابق با نمودار فوق، واردات دارو با مقادیر معین به تنهایی ۸۵۵ میلیون دلار از این رقم را به خود اختصاص می‌دهد. کشورهای آلمان، فرانسه، هند و

روسیه بزرگ‌ترین صادرکنندگان دارو با مقادیر معین به قزاقستان هستند. بررسی ترکیب صادرکنندگان و سهم بازار آن‌ها نشان می‌دهد که در قزاقستان بازار دارو با مقادیر معین، بازاری غیرمتمرکز و غیر انحصاری است. اگرچه در این بازار معمولاً داروهای پیشرفته‌تر توسط صادرکنندگان عمده اروپایی تأمین می‌شود، اما مجموع سهم چهار صادرکننده بزرگ تنها ۴۳ درصد است. علاوه بر این ۴۲ درصد از بازار را تعداد زیادی از صادرکنندگان با سهم بازار کم‌تر از ۵ درصد در اختیار دارند.

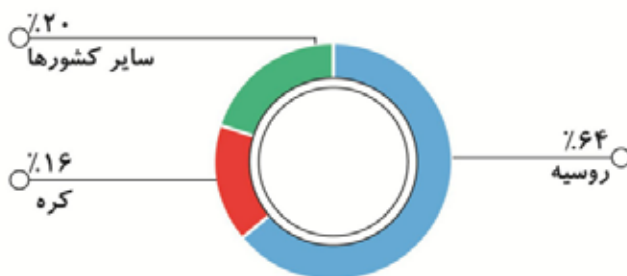
نمودار (۴-۴۳): ترکیب صادرکنندگان دارو در مقادیر معین به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

دومین قلم عمده وارداتی قزاقستان در میان محصولات شیمیایی، پلی‌اتیلن با وزن مخصوص ۹۴ درصد یا بیش‌تر است. این کشور در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۶۵/۵ میلیون دلار از این کالا وارد کرده است. بازار این کالا کاملاً متمرکز است و کشورهای روسیه و کره به تنهایی ۸۰ درصد سهم بازار را در اختیار دارند.

نمودار (۴-۴۴): ترکیب صادرکنندگان پلی‌اتیلن با وزن مخصوص ۹۴٪ یا بیش‌تر به قزاقستان (۲۰۱۴)

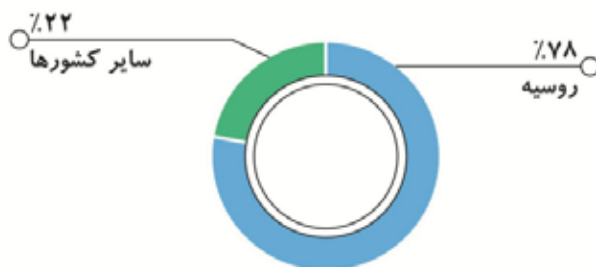


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

یکی دیگر از اقلام مهم وارداتی قزاقستان در گروه محصولات شیمیایی، مواد تانسوآکتیو و فرآورده‌های شستشو

به صورت بسته‌بندی شده برای خرده فروشی است. واردات قزاقستان از این محصولات در سال ۲۰۱۴ برابر ۱۴۴ میلیون دلار بوده است. روسیه با تأمین حدود ۸۰ درصد این نیاز وارداتی، در این بازار انحصارگر است.

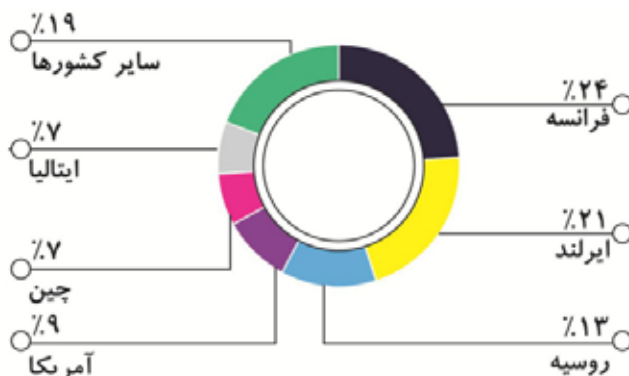
نمودار (۴-۴۵): ترکیب صادرکنندگان مواد تانسئو اکتیو و فرآورده‌های شست‌وشو به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

هر چند فرانسه، ایرلند و روسیه بیش از ۵۰ درصد واردات ۱۲۱ میلیون دلاری قزاقستان از فرآورده‌های صنایع شیمیایی و صنایع وابسته را تأمین می‌کنند، سهم دیگر کشورها قابل چشم‌پوشی نیست. در این بازار آمریکا، چین و ایتالیا به عنوان سه صادرکننده دوم، مجموعاً بیش از ۲۰ درصد واردات قزاقستان را تأمین می‌کنند. به علاوه ۱۹ درصد بازار مذکور در اختیار مجموعه‌ای از صادرکنندگان با سهم بازار کم‌تر از هفت درصد است که این امر از غیرمتمرکز بودن و غیرانحصاری بودن ساختار بازار حکایت دارد و معنای آن، امکان ورود آسان به بازار است.

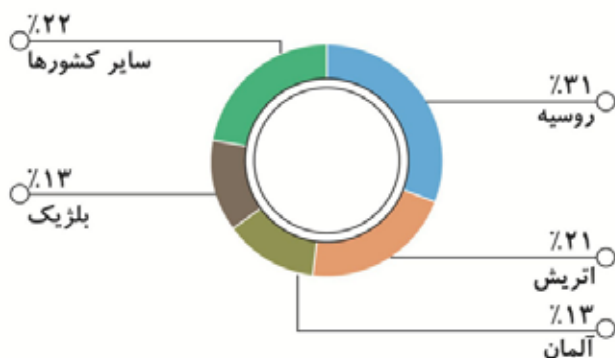
نمودار (۴-۴۶): ترکیب صادرکنندگان فرآورده‌های صنایع شیمیایی و صنایع وابسته به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۱۳ میلیون دلار آنتی سرم و دیگر مشتقات خونی وارد کرده است. سهم روسیه در بازار این محصولات به تنهایی بالغ بر ۳۰ درصد بوده و سه کشور اتریش، آلمان و بلژیک در حدود نیمی از نیاز بازار را تأمین کرده‌اند. سایر کشورها مجموعاً ۲۲ درصد از سهم این بازار را در اختیار دارند. روی هم رفته سهم چهار کشور یاد شده در واردات آنتی سرم و دیگر مشتقات خونی نزدیک به ۸۰ درصد برآورد شده است، بنابراین بازار این محصولات بازاری نسبتاً انحصاری است.

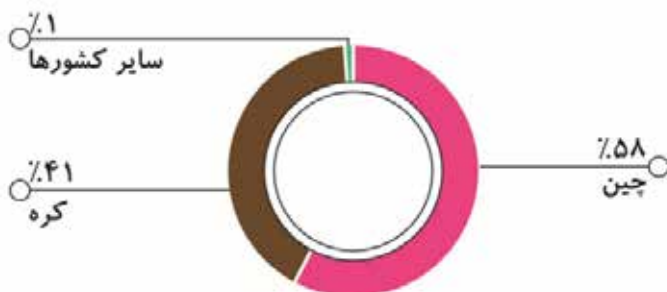
نمودار (۴-۴۷): ترکیب صادرکنندگان آنتی سرم‌ها و دیگر مشتقات خونی به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

واردات ۸۷ میلیون دلاری پلی‌اتیلن ترفتالات، این محصول را در جایگاه ششم محصولات شیمیایی با بیش‌ترین تقاضای وارداتی در سال ۲۰۱۴ قرار داده است. بررسی سهم کشورها در بازار این محصول نشان می‌دهد، چین و کره با فراهم کردن ۹۹ درصد نیاز وارداتی، کل بازار این محصول را در اختیار گرفته‌اند. شدت تمرکز در این بازار به حدی است که آن را به بازاری کاملاً انحصاری تبدیل کرده است.

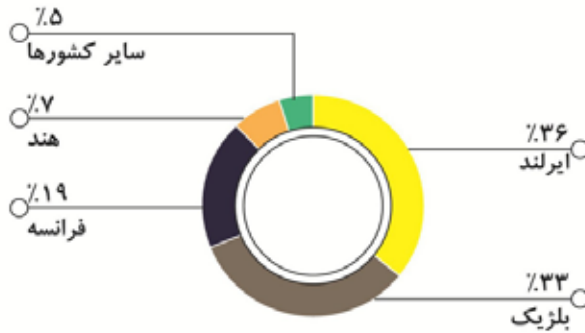
نمودار (۴-۴۸): ترکیب صادرکنندگان پلی‌اتیلن ترفتالات به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

میزان تمرکز در بازار واکسن‌های پزشکی نیز بالا بوده و دو کشور ایرلند و بلژیک به تنهایی ۶۹ درصد از تقاضای ۸۷ میلیون دلاری قزاقستان را پوشش داده‌اند. سهم فرانسه و هند نیز به ترتیب ۱۹ و ۷ درصد از بازار بوده و سهم سایر صادرکنندگان به سختی به ۵ درصد می‌رسد. بدین ترتیب حدود ۹۰ درصد بازار واکسن‌های پزشکی در اختیار سه کشور پیشرفته اروپایی قرار دارد و ورود به آن به سادگی میسر نیست.

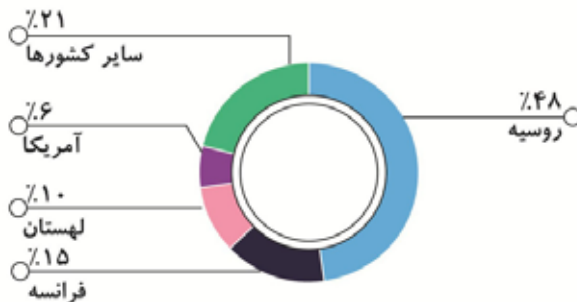
نمودار (۴-۴۹): ترکیب صادرکنندگان واکسن‌های پزشکی به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۸۵ میلیون دلار فرآورده‌های آرایشی بهداشتی شامل ضد آفتاب‌ها و فرآورده‌هایی برای برنزه شدن وارد کرده است. روسیه به تنهایی نزدیک به نیمی از این مقدار را تأمین کرده است. کشورهای فرانسه، لهستان و آمریکا نیز بیش از ۳۰ درصد تقاضای واردات این محصولات را برآورده کرده‌اند. سایر کشورها با سهمی کم‌تر از ۶ درصد، در مجموع ۲۱ درصد از بازار را در اختیار دارند.

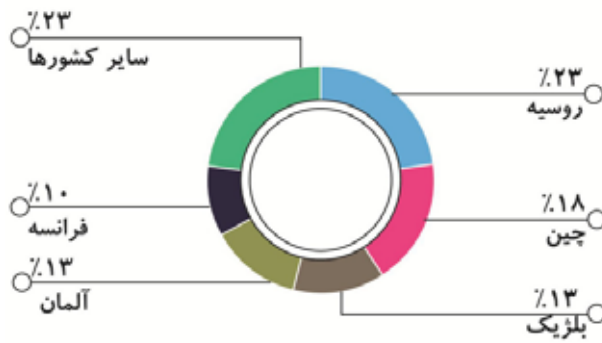
نمودار (۴-۵۰): ترکیب صادرکنندگان فرآورده‌های زیبایی آرایشی به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

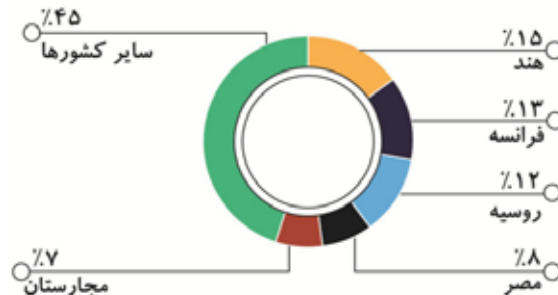
علف‌کش‌ها با ۸۳ میلیون دلار واردات در سال ۲۰۱۴ در رده نهمین محصول مهم وارداتی قزاقستان قرار گرفته‌اند. بیش از ۴۰ درصد از واردات این محصولات از کشورهای روسیه و چین تأمین شده است. بلژیک، آلمان و فرانسه نیز با سهمی نسبتاً برابر، ۲۵ درصد از نیاز قزاقستان به واردات علف‌کش‌ها را برآورده کرده‌اند. از این رو این بازار در زمره بازارهای رقابتی بوده و ورود به آن به نسبت ساده می‌باشد.

نمودار (۴-۵۱): ترکیب صادرکنندگان علف‌کش‌های بسته‌بندی شده برای خرده‌فروشی به قزاقستان (۲۰۱۴)



بررسی سهم صادرکنندگان بازار آنتی‌بیوتیک در مقادیر معین حکایت از رقابتی بودن این بازار دارد. تقریباً نیمی از این بازار را پنج کشور هند، فرانسه، روسیه، مصر و مجارستان در اختیار گرفته‌اند و ۴۵ درصد باقیمانده بازار در اختیار سایر کشورهایی است که سهمی کم‌تر از ۵ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. بدین ترتیب این بازار به شدت غیرمتمرکز بوده و در صورتی که آنتی‌بیوتک تولید شده در کشور مورد تأیید کشور قزاقستان باشد، امکان ورود به این بازار با کم‌ترین مانع وجود دارد.

نمودار (۴-۵۲): ترکیب صادرکنندگان آنتی‌بیوتیک در مقادیر معین به قزاقستان (۲۰۱۴)

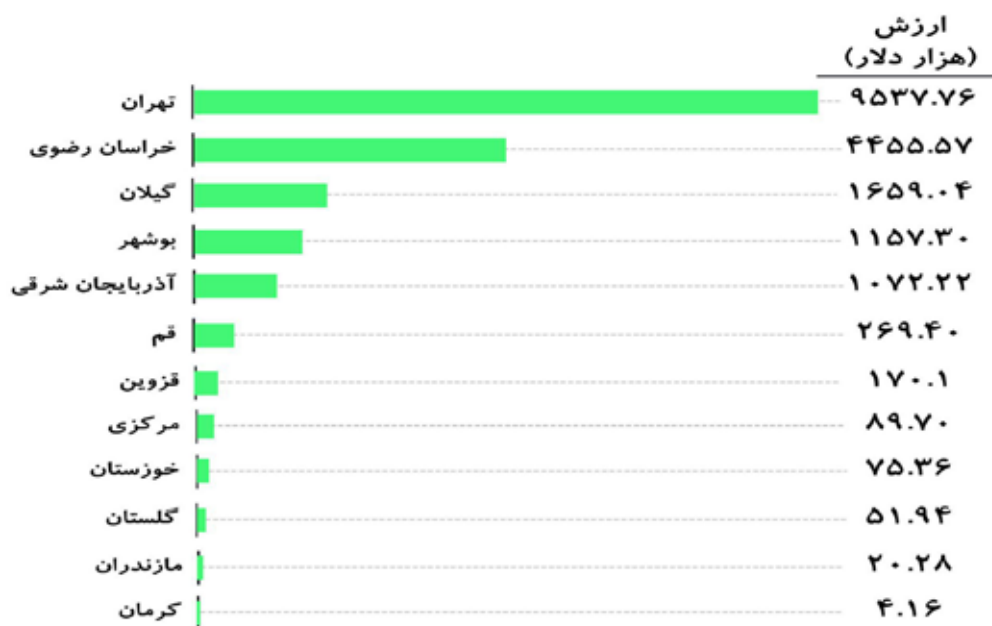


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

در بخش‌های پیشین، ابتدا وضعیت بازار محصولات شیمیایی قزاقستان به تفکیک گروه‌های مهم بررسی گردید و سپس سهم کشورها در صادرات محصولات مهم وارداتی قزاقستان مشخص شد. شایان ذکر است بر اساس آمارهای گمرک جمهوری اسلامی ایران، در سال ۱۳۹۴ کشور ایران معادل ۱۸/۶ میلیون دلار انواع محصولات شیمیایی به قزاقستان صادر کرده است. استان تهران با صادرات ۹/۵ میلیون دلار خود، در جایگاه اول و استان‌های خراسان رضوی و گیلان با صادرات ۴/۵ میلیون دلار و ۱/۷ میلیون دلار در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

عمده‌ترین محصولات صادراتی ایران به قزاقستان در این گروه شامل انواع رنگ، روغن جلاء، مرکب و بتونه به ارزش ۸/۷ میلیون دلار، مواد پلاستیکی اولیه و لاستیک مصنوعی به ارزش ۵/۳ میلیون دلار و صابون، پاک‌کننده‌ها و فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی به ارزش ۲/۶ میلیون دلار است.

نمودار (۴-۵۳): صادرات ایران به قزاقستان در گروه محصولات شیمیایی (۱۳۹۴)



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

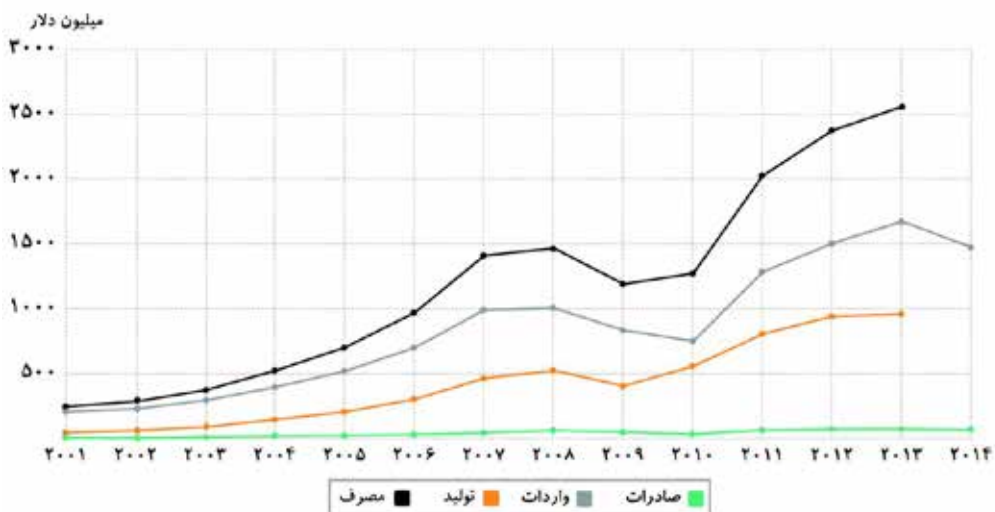


۹-۴- بازار محصولات پلاستیکی و کائوچویی

محصولات پلاستیکی از پرکاربردترین محصولات جهان به شمار می‌روند. این محصولات که گستره وسیعی از کالاهای واسطه و نهایی را در برمی‌گیرند، با فرآوری مواد اولیه پتروشیمی، پلیمری و شیمیایی تولید می‌شوند. صنایع بسته‌بندی، صنایع غذایی، صنعت خودرو و قطعات آن، لوازم خانگی، صنعت ساختمان، صنایع آبیاری و کشاورزی و همچنین صنایع پزشکی بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان محصولات پلاستیکی به شمار می‌روند. کاربرد اصلی لاستیک نیز در صنعت خودرو، صنایع راه‌سازی، صنعت ساختمان و صنایع پزشکی است.

تولید محصولات پلاستیکی و کائوچویی قزاقستان در یک دهه اخیر روندی رو به رشد داشته و از ۲۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۵ به یک میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳ رسیده است. در عین حال، صادرات این محصولات روندی نسبتاً با ثبات داشته است. در سال ۲۰۱۴ مجموع صادرات محصولات پلاستیکی و کائوچویی قزاقستان ۶۷ میلیون دلار بوده است. با این حال باید توجه داشت که بازار این محصولات وابستگی زیادی به واردات دارد. قزاقستان در ۱۴ سال اخیر همواره واردکننده خالص محصولات پلاستیکی و کائوچویی بوده است. طبق برآوردهای این تحقیق، مصرف این محصولات در قزاقستان به استثنای سال ۲۰۰۹ همواره رو به رشد بوده و در سال ۲۰۱۳ ارزش آن به ۲/۵ میلیارد دلار رسیده است. نزدیک به ۱/۶ میلیارد دلار از این تقاضا در سال ۲۰۱۳ از طریق واردات تأمین شده است. البته این واردات در سال ۲۰۱۴ با کاهش ۲۰۰ میلیون دلاری مواجه بوده است.

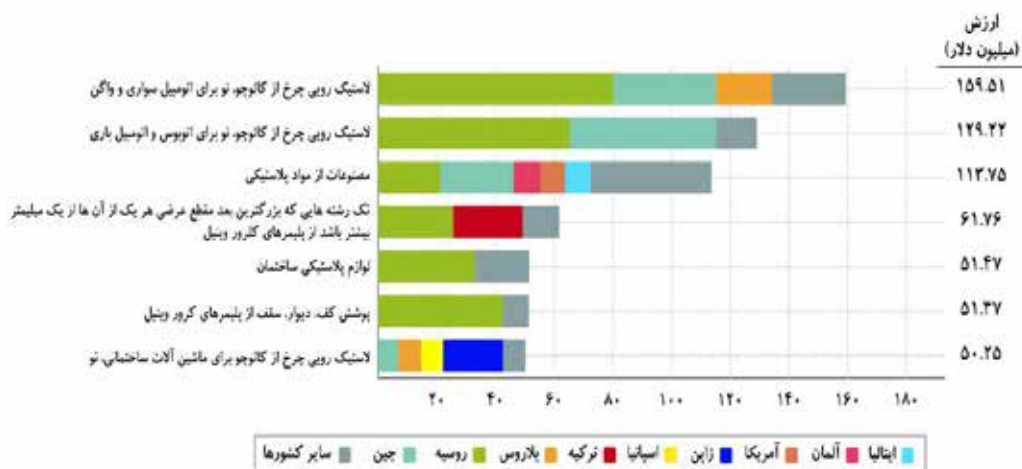
نمودار (۴-۵۴): بازار محصولات پلاستیکی و کائوچویی قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO

لاستیک رویی اتومبیل، لاستیک رویی اتوبوس و مصنوعات از مواد پلاستیکی، بیش‌ترین واردات قزاقستان را در این گروه تشکیل می‌دهند. قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۵۹ میلیون دلار لاستیک رویی اتومبیل وارد کرده است. مهم‌ترین صادرکنندگان این محصول به قزاقستان کشورهای روسیه و چین بوده‌اند. در سال ۲۰۱۴، معادل ۱۲۹ میلیون دلار نیز لاستیک رویی اتوبوس و ماشین‌های باری به قزاقستان صادر شده که باز هم کشورهای روسیه و چین بیش‌ترین سهم را در تأمین این محصول داشته‌اند. سایر مصنوعات از مواد پلاستیکی به ارزش ۱۱۴ میلیون دلار، سومین محصول مهم وارداتی قزاقستان در این گروه به شمار می‌رود که در این زمینه نیز کشورهای روسیه و چین در صدر صادرکنندگان قرار دارند. نمودار زیر مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان را در گروه محصولات پلاستیکی و کائوچویی به تفکیک کشورهای عمده تأمین‌کننده نمایش می‌دهد.

نمودار (۴-۵۵): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه محصولات پلاستیکی و کائوچویی (۲۰۱۴)



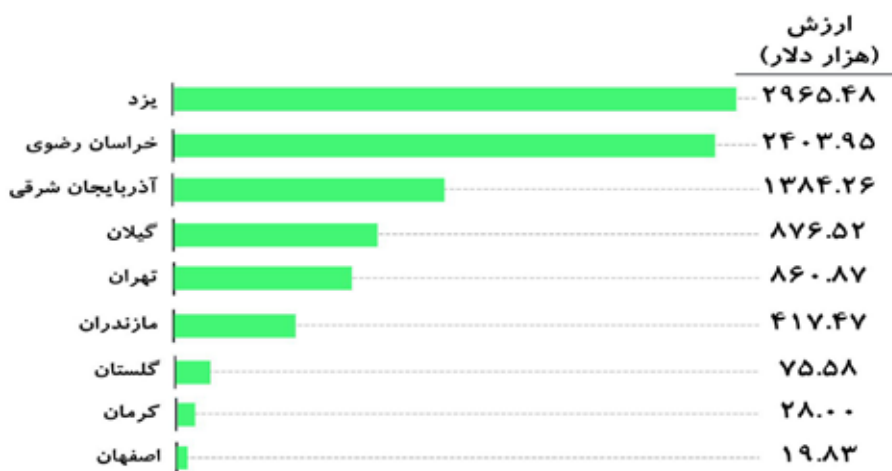
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

در سال ۱۳۹۴ ایران در مجموع ۹ میلیون دلار محصولات پلاستیکی و کائوچویی به قزاقستان صادر کرده است. استان‌های یزد، خراسان رضوی و آذربایجان شرقی به ترتیب بیش‌ترین سهم را از این صادرات به خود اختصاص داده‌اند. از ۲/۹ میلیون دلار صادرات استان یزد به قزاقستان ۲/۷ میلیون دلار آن مربوط به صفحه‌ها و ورقه‌های نازک از سایر مواد پلاستیکی غیر اسفنجی است. خراسان رضوی در مجموع ۲/۴



میلیون دلار کالاهای متنوعی همچون لوله و شیلنگ های سخت از مواد پلاستیکی، مخزن آب، سیفون و لوازم بهداشتی همانند مواد پلاستیکی، لوازم سر میز و لوازم آشپزخانه پلاستیکی به جزء ظروف ملامین، پشت دری و پشت پنجره ای، پرده کرکره و اشیاء همانند و ملحقات آن ها از مواد پلاستیکی و ... صادر کرده است. آذربایجان شرقی تنها ۱/۳ میلیون دلار تک رشته هایی که بزرگ ترین بعد مبدأ عرضی آن از یک میلی متر بیش تر باشد (میله غیر از پلیمرهای اتیلن و پلیمرهای کلرور وینیل) را به قزاقستان صادر کرده است.

نمودار (۴-۵۶): صادرات ایران به قزاقستان در گروه محصولات پلاستیکی و کائوچویی (۱۳۹۴)



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

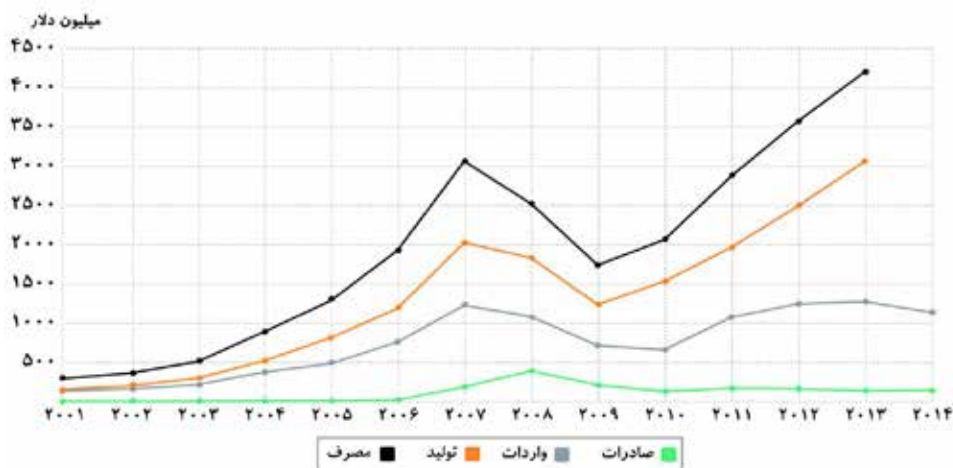
۱۰-۴- بازار محصولات معدنی غیر فلزی

این گروه شامل محصولاتی همچون شیشه و مصنوعات شیشه ای، کالاهای سرامیکی غیر ساختمانی غیر نسوز، محصولات سرامیکی نسوز، سیمان، آهک، گچ، کالاهای بتنی، سیمانی، گچی و هم چنین فرآورده های حاصل از برش، شکل دادن و پرداخت سنگ است. اگرچه محصولات این گروه نیز نسبتاً متنوع هستند و گستره ای وسیع از ظروف شیشه ای تا سرامیک نسوز را در بر می گیرند، بخش عمده این محصولات در شمار مصالح ساختمانی جای دارند که تقاضا برای آن ها ارتباطی مستقیم با توسعه بخش مسکن و رشد صنعت ساختمان دارد. کم تر از نیمی از مصالح ساختمانی مورد استفاده در قزاقستان، در داخل کشور تولید می شود. مهم ترین

این محصولات عبارتند از سیمان، آجر، درب‌های چوبی، درب، پنجره، درب‌های فولادی و هم‌چنین سقف‌های نرم و آهنی. بخش قابل توجهی از این محصولات فاقد استانداردهای بین‌المللی هستند. با این حال در سال‌های اخیر برخی محصولات جدید ساختمانی با کیفیت بالا و قیمت‌های قابل رقابت جهانی در داخل تولید می‌شود. از این محصولات می‌توان به عایق‌های حرارتی فایبرگلاس، محصولات جدید سقف‌سازی، محصولات عایق سقف، شیشه‌های عایق گرما، اکستروژن آلومینیوم، تجهیزات مهندسی، سیمان، آجر و پانل‌های دیواری اشاره کرد. تکنولوژی و تجهیزات وارداتی به‌طور قابل توجهی به رشد محصولات کمک کرده است. در سال ۲۰۱۲ استان‌های آتیرائو، آستانه و آلماتی فعال‌ترین مناطق در ساخت‌وسازهای مسکونی بودند.

طبق برآوردهای این تحقیق، اندازه بازار محصولات معدنی غیرفلزی در قزاقستان به ۴/۲ میلیارد دلار می‌رسد که از این رقم، ۳ میلیارد دلار از طریق تولید داخلی و ۱/۲ میلیارد دلار از طریق واردات تأمین می‌شود. این محصولات عمدتاً از کشورهای چین و روسیه وارد می‌شوند. در سال ۲۰۱۴ مهم‌ترین محصولات صادراتی چین و روسیه، کاشی چهارگوش، مکعبی، سرامیک، سرامیک لعابدار و قرابه، بطری، فلاسک، ظرف دهن‌گشاد، کوزه و سایر ظروف از شیشه بوده‌اند.

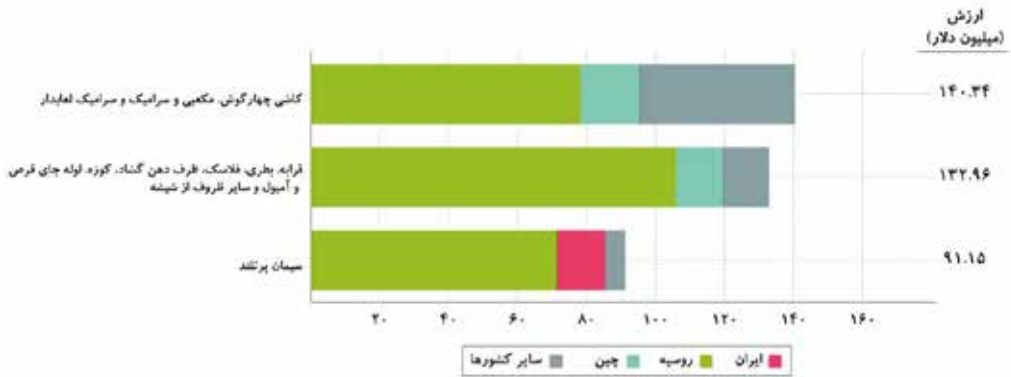
نمودار (۴-۵۷): بازار محصولات معدنی غیرفلزی قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO



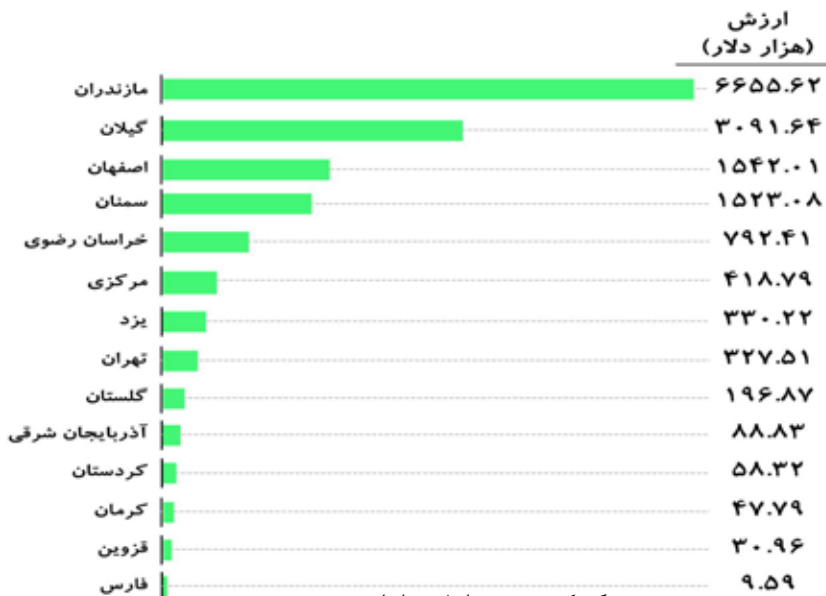
نمودار (۴-۵۸): مهم ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه محصولات معدنی غیرفلزی (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین الملل ITC

در سال ۱۳۹۴ کشور ایران در مجموع ۱۵ میلیون دلار انواع محصولات معدنی غیرفلزی به قزاقستان صادر کرده است که شامل سنگ مرمر، سیمان سفید پرتلند، سیمان سفید و غیره می شود. استان های مازندران و گیلان به ترتیب با صادرات ۶/۶ و ۳ میلیون دلار بیش ترین مقدار صادرات را در محصولات مذکور به قزاقستان داشته اند. در این سال، استان های اصفهان و سمنان هر یک با صادرات ۱/۵ میلیون دلار و استان خراسان رضوی با صادرات ۷۹۲ هزار دلار در جایگاه سوم تا پنجم قرار داشته اند.

نمودار (۴-۵۹): صادرات ایران به قزاقستان در گروه محصولات معدنی غیرفلزی (۱۳۹۴)



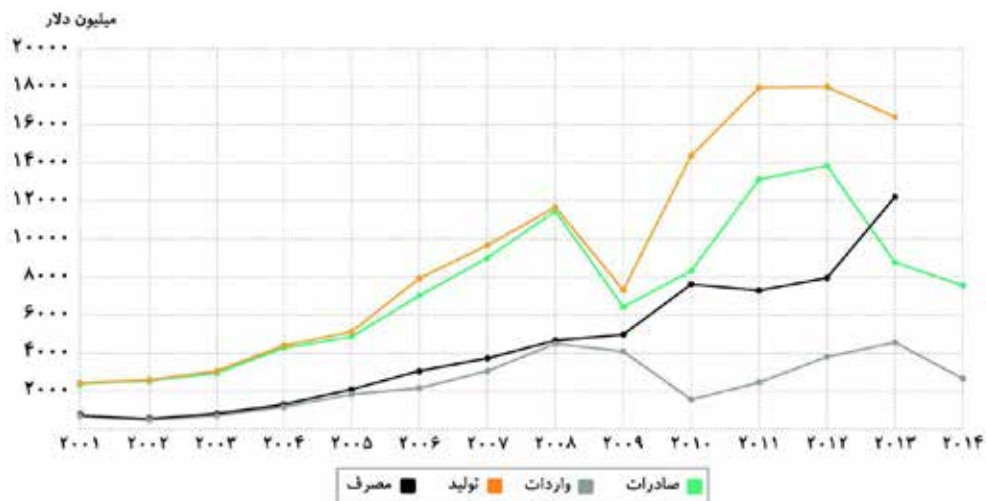
منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

۱۱-۴- بازار فلزات اساسی

قزاقستان دارای منابع معدنی فراوان از جمله فلزات آهنی، فلزات غیرآهنی و هم‌چنین فلزات قیمتی مانند طلا و نقره است. علاوه بر این، با توجه به گسترش سطح اکتشافات زمین‌شناسی از طریق مشارکت بخش خصوصی و جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی، حجم معادن قابل بهره‌برداری این کشور رو به افزایش است. برخورداری از این منابع معدنی، قزاقستان را به یکی از کشورهای پیشرو در تولید آهن خام، فولاد، فلزات اساسی قیمتی، فلزات غیرآهنی و هم‌چنین صنایع ریخته‌گری تبدیل ساخته است. این کشور در تولید مس، روی و آلومینیوم به ترتیب رتبه‌های یازدهم، نهم و دهم جهان را در اختیار دارد. در کنار این مزیت‌ها، دستمزدهای پایین در صنعت متالوژی، دسترسی به منابع انرژی ارزان و هزینه‌های کم استهلاک، تولیدکنندگان قزاق را از قدرت رقابتی بالایی نسبت به رقبای بین‌المللی برخوردار کرده است.

نمودار زیر تحولات بازار فلزات اساسی قزاقستان را طی ۱۴ سال اخیر به تصویر می‌کشد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، تولید فلزات اساسی این کشور در یک روند رو به رشد از ۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۱ به نزدیک ۱۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۸ افزایش یافته است. اگرچه این روند با رکود سال ۲۰۰۹ متوقف گردید اما پس از آن مجدداً با رشدی شتابان افزایش یافته و به بالغ بر ۱۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳ رسیده است. این در حالی است که طبق برآوردهای تحقیق، حجم بازار مصرفی فلزات اساسی قزاقستان در حدود ۱۲ میلیارد دلار است. بنابراین بازار فلزات اساسی این کشور با مازاد تولید مواجه است و در نتیجه طی ۱۴ سال اخیر همواره با تراز تجاری مثبت روبه‌رو بوده است.

نمودار (۴-۶۰): بازار فلزات اساسی قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)

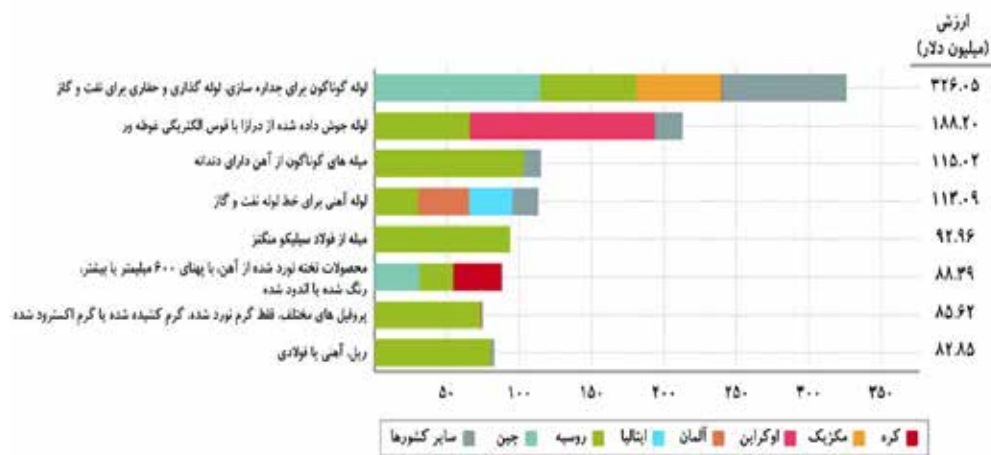


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO



در سال ۲۰۱۴، صادرات فلزات اساسی قزاقستان در حدود ۷/۵ میلیارد دلار و واردات آن در حدود ۲/۶ میلیارد دلار بوده است. لوله‌های گوناگون برای جداره‌سازی، لوله‌گذاری و حفاری برای نفت و گاز، لوله‌های جوش داده شده از درازا با قوس الکتریکی غوطه‌ور و میله‌های گوناگون از آهن دارای دندانه مهم‌ترین اقلام وارداتی این کشور در سال ۲۰۱۴ بوده‌اند که عمدتاً توسط کشورهای روسیه، چین و اوکراین تأمین شده‌اند.

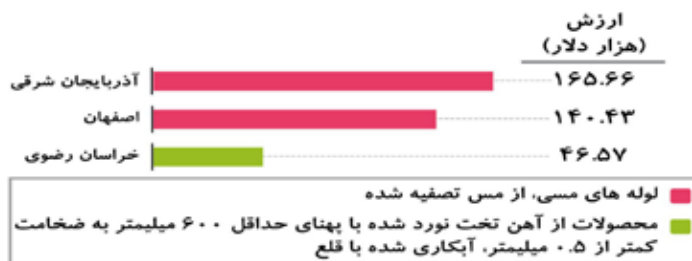
نمودار (۴-۶۱): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه فلزات اساسی (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

در سال ۱۳۹۴ کشور ایران در مجموع ۳۵۷ هزار دلار انواع محصولات گروه فلزات اساسی را به قزاقستان صادر کرده است که شامل دو قلم اصلی می‌شود. قلم نخست، لوله‌های مسی از مس تصفیه شده است و قلم دیگر، محصولات از آهن یا فولاد غیرمزوج تخت نورد شده است که با پهنای حداقل ۶۰۰ میلی‌متر یا بیش‌تر و به ضخامت کم‌تر از ۰/۵ میلی‌متر با قلع آبکاری شده‌اند. استان‌های آذربایجان شرقی و اصفهان به ترتیب با صادرات ۱۶۵ هزار دلار و ۱۴۰ هزار دلار لوله‌های مسی از مس تصفیه شده و استان خراسان رضوی با صادرات ۴۶ هزار دلار محصولات از آهن تخت نورد شده عمده‌ترین استان‌های صادرکننده فلزات اساسی به قزاقستان بوده‌اند.

نمودار (۴-۶۲): صادرات ایران به قزاقستان در گروه فلزات اساسی (۱۳۹۴)



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

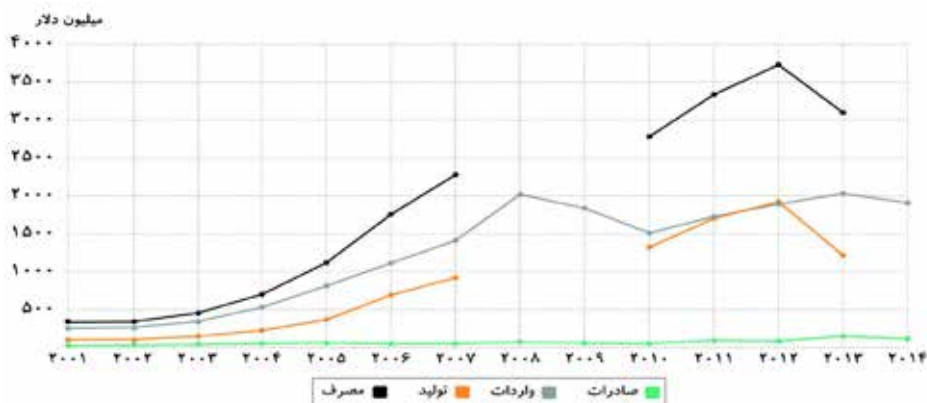
۱۲-۴- بازار محصولات فلزی ساخته شده به جز ماشین آلات و تجهیزات

این گروه محصولات متنوعی همچون مصنوعات فلزی سازه‌ای، تانک، مخزن و ظروف فلزی (کانتینر)، مولدهای بخار، تجهیزات چکش کاری، پرس کاری، قالب‌زنی، پتک کاری غلتکی فلزات، متالورژی پودر، عمل‌آوری و روکش کردن فلزات، آلات برنده، ابزار دستی و یراق‌آلات عمومی را در بر می‌گیرد.

ارزش بازار محصولات این گروه پس از یک دوره افزایشی، در سال ۲۰۱۳ با ۶۰۰ میلیون دلار کاهش به حدود ۳ میلیارد دلار رسیده است. از این رقم، بیش از یک میلیارد دلار از طریق تولید داخلی و دو میلیارد دلار از طریق واردات تأمین شده است. با توجه به حجم بالای واردات و صادرات ناچیز، در مجموع قزاقستان در این گروه کالایی واردکننده خالص است.

نمودار (۴-۶۳): بازار محصولات فلزی ساخته شده به جز ماشین آلات و تجهیزات در قزاقستان

(۲۰۰۱-۲۰۱۴)

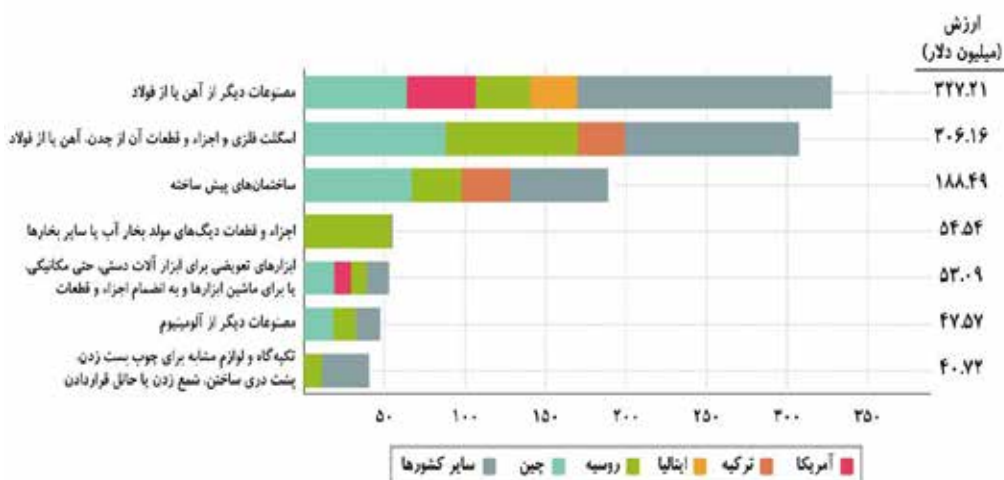


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO



در قزاقستان، صادرات این گروه از محصولات طی ۱۴ سال اخیر تقریباً ثابت و در حدود ۱۰۰ میلیون دلار بوده است، اما واردات به جز سال‌های رکود، روندی افزایشی داشته و این روند افزایشی با شیب ملایم برای سال‌های آینده هم مورد انتظار است. در سال ۲۰۱۴ واردات با کاهشی جزئی به ۱/۹ میلیارد دلار رسیده است. مهم‌ترین کالاهای وارداتی قزاقستان در این سال، مصنوعات دیگر از آهن یا فولاد به ارزش ۳۲۷ میلیون دلار بوده است که عمدتاً توسط کشورهای چین، آمریکا و روسیه صادر شده است. دیگر کالاهای وارداتی مهم قزاقستان در این گروه، اسکلت فلزی و اجزاء و قطعات آن از چدن، آهن یا فولاد به ارزش ۳۰۶ میلیون دلار و همچنین ساختمان‌های پیش‌ساخته به ارزش ۱۸۸ میلیون دلار است که عمدتاً توسط چین و روسیه تأمین شده‌اند.

نمودار (۴-۶۴): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه محصولات فلزی ساخته‌شده به جز ماشین‌آلات و تجهیزات (۲۰۱۴)

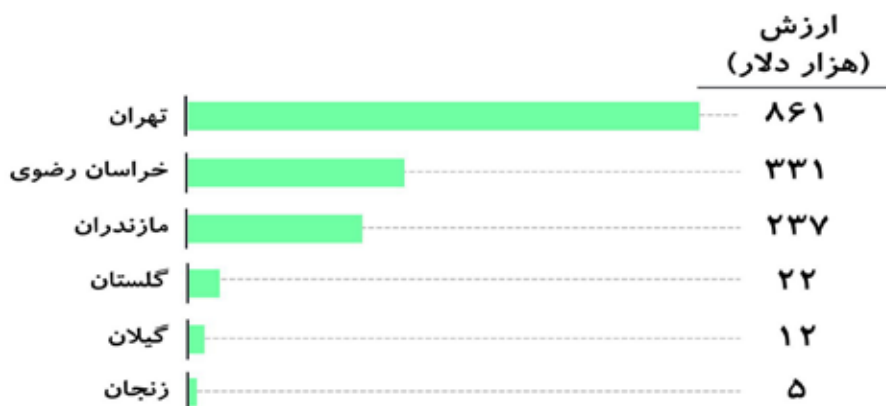


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

در سال ۱۳۹۴، کشور ایران در مجموع ۱/۴۷ میلیون دلار از محصولات این گروه به قزاقستان صادر کرده است. استان تهران با صادرات ۸۶۱ هزار دلار رتبه اول را در بین استان‌ها دارد. اقلام مهم صادراتی این استان عبارتند از: تجهیزات برای چوب بست زدن، اسکلت و قطعات اسکلت از چدن، آهن یا فولاد، مصنوعات دیگر از آهن یا فولاد. خراسان رضوی با صادرات ۳۳۱ هزار دلار به قزاقستان دارای رتبه دوم

است. اقلام مهم صادراتی استان خراسان رضوی شامل مصنوعات دیگر از آهن یا فولاد، رادیاتور مربوط به سیستم حرارت مرکزی، سایر مصنوعات از آلومینیوم غیر از میخ پرچ است. ارزش صادرات استان مازندران از محصولات این گروه در مجموع ۲۳۷ هزار دلار است که کالاهایی از قبیل در، پنجره و چارچوب آن‌ها و هم‌چنین گلخانه با تجهیزات کامل را در بر می‌گیرد.

نمودار (۴-۶۵): صادرات ایران به قزاقستان در گروه محصولات فلزی ساخته‌شده به جز ماشین‌آلات و تجهیزات (۱۳۹۴)



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

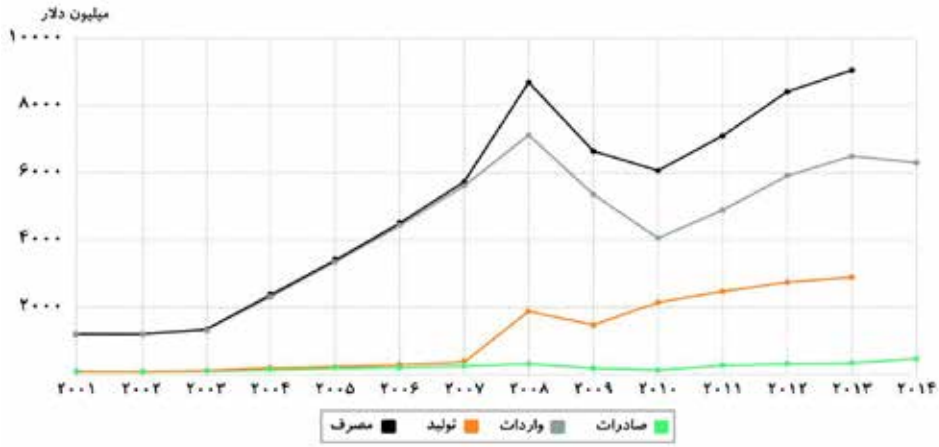
۱۳-۴- بازار ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر

این گروه گستره وسیعی از ماشین‌آلات شامل موتورها و توربین‌ها به جز موتورهای وسایل نقلیه، پمپ‌ها، کمپرسورها، شیرها و سوپاپ‌ها، بلبرینگ‌ها، چرخ دنده‌ها، کوره و مشعل، تجهیزات بالابرنده، ماشین‌آلات کشاورزی، متالورژی، معدن و استخراج، ساختمان و سایر ماشین‌آلات با کاربرد عام و خاص، انواع یخچال، فریزر، ماشین لباسشویی و سایر وسایل خانگی را در بر می‌گیرد.

طبق برآوردهای این تحقیق، اندازه بازار ماشین‌آلات قزاقستان در سال ۲۰۱۳ معادل ۹ میلیارد دلار بوده است. اگرچه تولید داخلی از سال ۲۰۰۷ به بعد با شیب نسبتاً زیادی رو به افزایش گذاشته است، اما هنوز هم در حدود ۲/۹ میلیارد دلار یعنی کم‌تر از یک سوم نیاز بازار را تأمین می‌کند. بنابراین بالغ بر ۷۰ درصد تقاضای ماشین‌آلات قزاقستان از محل واردات تأمین می‌شود. واردات این کشور در سال ۲۰۱۳ معادل ۶/۵ میلیارد دلار بوده است که با اندکی کاهش در سال ۲۰۱۴ به ۶/۳ میلیارد دلار رسیده است.



نمودار (۴-۶۶): بازار ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر در قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO

تحقیقات انجام شده در سال ۲۰۱۳ نشان می‌دهد که تقریباً ۸۰ درصد از ماشین‌آلات مورد استفاده در بخش کشاورزی قزاقستان، فرسوده شده‌اند و نیاز به تعویض دارند. ۹۴ درصد از تراکتورها و ۷۷ درصد از ماشین‌های درو و خرمن‌کوبی عمری بیش از ده سال دارند. این در حالی است که تولید داخلی ماشین‌آلات و تجهیزات کشاورزی قزاقستان ناچیز است. مهم‌ترین ماشین‌آلات مورد نیاز بازار قزاقستان عبارتند از:

- ✓ کمباین و تراکتورهایی با ۱۰۰ تا ۱۵۰ اسب بخار قدرت در نواحی جنوبی کشور
- ✓ کمباین و تراکتورهایی با بیش از ۲۵۰ اسب بخار قدرت در مناطق شمالی کشور
- ✓ ماشین‌بذریاش پنوماتیک
- ✓ ماشین‌درو
- ✓ سم‌پاش
- ✓ تکنولوژی‌های مرتبط با خشک و تمیز کردن غلات
- ✓ تجهیزات ذخیره‌سازی غلات و سیستم‌های کنترل کیفیت ذخیره‌سازی
- ✓ تکنولوژی‌های صرفه‌جویی در آب
- ✓ خدمات طراحی و مهندسی برای مجتمع‌های خوراک دام
- ✓ امکانات فرآوری در مزرعه

در بخش معدن نیز، قدمت بسیاری از تکنولوژی‌ها به دوران شوروی سابق باز می‌گردد. از این‌رو، قزاقستان بازاری جذاب برای تأمین‌کنندگان تجهیزات و ماشین‌آلات استخراج است. مهم‌ترین ماشین‌آلات مورد نیاز در بخش معدن عبارتند از: بولدوزر، تجهیزات حفاری، ماشین‌های حفاری چاه، جرثقیل، ماشین‌آلات خرد کردن و پودرساز، ماشین‌آلات لایروبی، بیل هیدرولیکی، ماشین‌آلات و تجهیزات استخراج سنگ معدن، آسانسور، کمپرسور، آسیاب و غیره.

در حال حاضر بخش قابل توجهی از شرکت‌های استخراج، پردازش و ذوب قزاقستان، از تجهیزات فرسوده‌ای استفاده می‌کنند که اغلب نیاز به تعمیرات دارند. تقریباً تمام این تجهیزات فاقد فن‌آوری‌های سازگار با محیط زیست هستند. قزاقستان فاقد صنایع ماشین‌آلات استخراج معدن است و در این زمینه به شدت وابسته به واردات است. از این‌رو، شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات معدن، نگاه ویژه‌ای به بازار قزاقستان دارند. در بخش استخراج نفت و گاز نیز، قزاقستان نیازمند ماشین‌آلات و تجهیزات حفاری، تجهیزات سر چاه نفت، درخت کریسمس^{۱۸۰}، سوپاپ، پمپ، موتور، کمپرسور، پمپ‌های الکتریکی و پمپ جت است. برای ارائه تصویری روشن‌تر از تقاضای بازار ۹ میلیارد دلاری ماشین‌آلات در قزاقستان، نمودار زیر محصولات با بیش‌ترین تقاضای واردات را به تفکیک کشورهای صادرکننده نشان می‌دهد.

نمودار (۴-۶۷): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC

کشورهای چین، آمریکا و روسیه به ترتیب با ۱۹۱، ۳۲۲ و ۱۱۲ میلیون دلار صادرات، بزرگ‌ترین تأمین‌کنندگان

۱۸۰. معمولاً لازم است بر روی چاه‌های نفت و گاز طبیعی شیرآلات و لوله‌هایی برای کنترل فشار و نرخ سیلان گاز یا نفت بر روی چاه قرار داده شوند. به این مجموعه شیرآلات و اتصالات در اصطلاح درخت کریسمس گفته می‌شود.

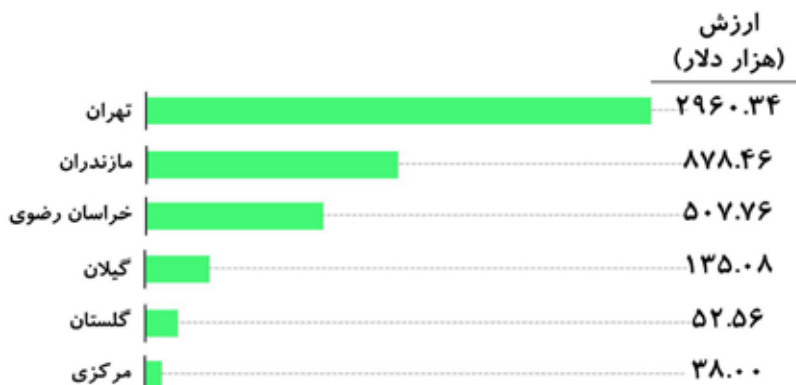


انواع ماشین‌آلات مورد نیاز در قزاقستان هستند. مهم‌ترین کالاهای صادراتی چین، انواع شیر و وسایل لوله و نیز ماشین‌آلات و دستگاه‌های خردکن است که ارزش آن به ۲۲۶ میلیون دلار می‌رسد. کالاهای اصلی صادراتی آمریکا در این گروه، انواع شیر و وسایل لوله و همچنین انواع ماشین‌های خردکن در مجموع به ارزش ۱۵۶ میلیون دلار و تراکتور چرخ‌دار و لودر بیل‌دار به ارزش ۳۵ میلیون دلار است. روسیه نیز با صادرات ۱۱۲ میلیون دلار انواع شیر و وسایل لوله و همچنین تراکتور در جایگاه سوم قرار دارد.

در مجموع بیش‌ترین واردات قزاقستان در این گروه، به انواع شیر و وسایل لوله مربوط می‌شود. از مجموع ۴۷۰ میلیون دلار واردات این محصول، ۲۶ درصد توسط چین تأمین می‌شود و کشورهای روسیه، آمریکا و ایتالیا به ترتیب با سهمی معادل ۱۷ درصد، ۱۴ درصد و ۱۳ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. با توجه به ترکیب سهم این صادرکنندگان باید گفت که بازار انواع شیر و وسایل لوله در قزاقستان نسبتاً متمرکز است و ۷۰ درصد آن به چهار صادرکننده اول اختصاص دارد. با این حال درجه تمرکز در بازار ماشین‌ها و دستگاه‌های خردکن قزاقستان از این بیش‌تر است. ارزش واردات قزاقستان از این کالاها ۲۷۰ میلیون دلار است که در این زمینه چین و آمریکا به تنهایی ۷۵ درصد از نیاز بازار را پوشش می‌دهند.

بر اساس اطلاعات گمرک جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۴ در مجموع ۴/۶ میلیون دلار ماشین‌آلات از ایران به قزاقستان صادر شده است. نمودار زیر سهم استان‌ها را در صادرات اقلام این گروه نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، نزدیک به ۳ میلیون دلار از صادرات ماشین‌آلات ایران به قزاقستان از استان تهران انجام شده است و استان‌های مازندران و خراسان رضوی به ترتیب با صادرات ۸۷۸ و ۵۰۸ هزار دلار جایگاه دوم و سوم را در اختیار دارند.

نمودار (۴-۶۸): صادرات ایران به قزاقستان در گروه ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (۱۳۹۴)



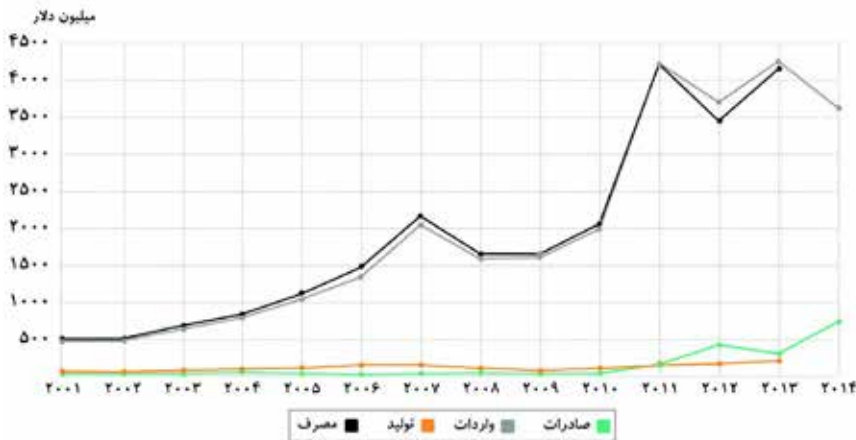
ماشین‌های مخلوط کردن مواد معدنی با قیر به ارزش یک میلیون دلار، ماشین‌های خرد کردن یا ساییدن سنگ جمعاً به ارزش ۹۸۸ هزار دلار، اجزاء و قطعات ماشین‌آلات و دستگاه‌های پاک کردن، جور کردن، درجه‌بندی، عمل آوردن یا آسیاب کردن غلات، دانه‌ها یا سبزیجات غلاف‌دار جمعاً به ارزش ۳۹۳ هزار دلار مهم‌ترین اقلام صادراتی ایران را به قزاقستان تشکیل می‌دهند.

۱۴-۴- بازار ماشین‌آلات اداری، وسایل ارتباطی، ابزار پزشکی و ابزار دقیق

بر اساس طبقه‌بندی‌های استاندارد بین‌المللی، این گروه طیف وسیعی از ماشین‌آلات از جمله ماشین‌آلات دفتری و حسابداری شامل انواع ماشین حساب، ماشین تحریر، دستگاه چاپ، انواع رایانه و لوازم جانبی آن؛ وسایل ارتباطی مانند رادیو و تلویزیون، انواع کارت هوشمند، فرستنده‌ها، انواع دوربین، انواع دستگاه صوتی و تصویری؛ ابزار و تجهیزات پزشکی شامل تجهیزات آندوسکوپی، فیزیوتراپی، اورژانس، جراحی، آزمایشگاهی، دندان‌پزشکی، درمانی، بیهوشی و در نهایت وسایل اندازه‌گیری از قبیل انواع تجهیزات هواشناسی، دریانوردی، انواع میکروسکوپ، انواع ابزار اپتیکی و انواع ساعت را در بر می‌گیرد.

طبق برآوردهای این تحقیق، در سال ۲۰۱۳ ارزش بازار این گروه از ماشین‌آلات در قزاقستان ۴/۱ میلیارد دلار بوده است که نسبت به سال قبل در حدود ۲۰ درصد رشد داشته است. در این بازار تقریباً تمام تجهیزات وارداتی هستند. در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ واردات کامپیوترهای قابل حمل از چین و صادرات مجدد بخشی از آن به روسیه باعث شده تا واردات قزاقستان بیش‌تر از کل مصرف آن باشد. واردات ماشین‌آلات اداری، وسایل ارتباطی و تجهیزات پزشکی در سال ۲۰۱۴ به ۳/۶ میلیارد دلار رسیده است.

نمودار (۴-۶۹): بازار ماشین‌آلات اداری، وسایل ارتباطی، ابزار پزشکی و ابزار دقیق در قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



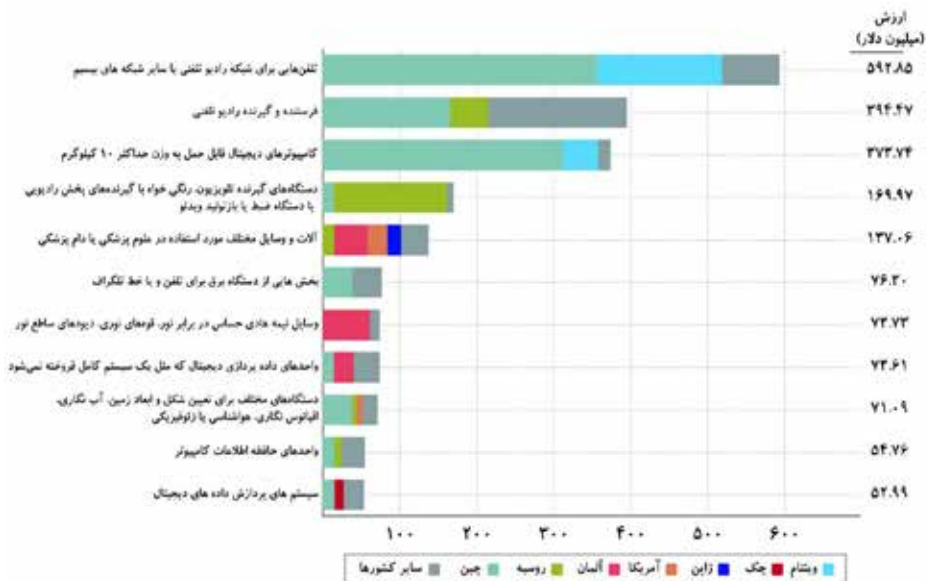
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌الملل ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO



در بخش تجهیزات پزشکی قزاقستان، تولیدکنندگان محدودی فعالیت دارند که در مقیاس کوچک فعالیت می کنند و میزان تولید آن ها ناچیز است. از این رو این کشور در تجهیزات بیمارستانی و پزشکی به شدت به واردات وابسته است. ۸۰ درصد تجهیزات پزشکی در بیمارستان های دولتی استفاده می شود و ۸۵ درصد از این تجهیزات توسط دولت خریداری می شود. اندازه بازار تجهیزات پزشکی در سال ۲۰۱۳ برابر ۴۸۰ میلیون دلار برآورد شده است. در بخش تجهیزات پزشکی، انواع تجهیزات تشخیصی، تجهیزات عکس برداری، لیزر، دستگاه آندوسکوپی و تجهیزات دندان پزشکی مورد تقاضا هستند.

قزاقستان دارای بازار وارداتی وسیع و نسبتاً بزرگی است. مهم ترین اقلام وارداتی قزاقستان در سال ۲۰۱۴ در نمودار زیر به تصویر کشیده شده است. یکی از مهم ترین این اقلام، تلفن برای شبکه رادیو تلفنی یا سایر شبکه های بی سیم است که به ارزش تقریبی ۵۹۲ میلیون دلار عمدتاً از کشورهای چین و ویتنام وارد شده است. فرستنده و گیرنده رادیو تلفنی به ارزش ۳۹۴ میلیون دلار از دیگر واردات عمده قزاقستان در این گروه به شمار می آید که غالباً از کشورهای چین و روسیه وارد شده است. کامپیوترهای دیجیتال قابل حمل به وزن حداکثر ۱۰ کیلوگرم سومین قلم وارداتی مهم قزاقستان است که عمدتاً از چین وارد شده است. لازم به ذکر است کشور ایران در سال ۱۳۹۴ تنها ۱۰۰ هزار دلار از محصولات این گروه به قزاقستان صادر کرده است که از این رقم ۹۶ هزار دلار به صادرات کنتور گاز توسط استان اصفهان اختصاص داشته است.

نمودار (۴-۷۰): مهم ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه ماشین آلات اداری، وسایل ارتباطی، ابزار پزشکی و ابزار دقیق (۲۰۱۴)



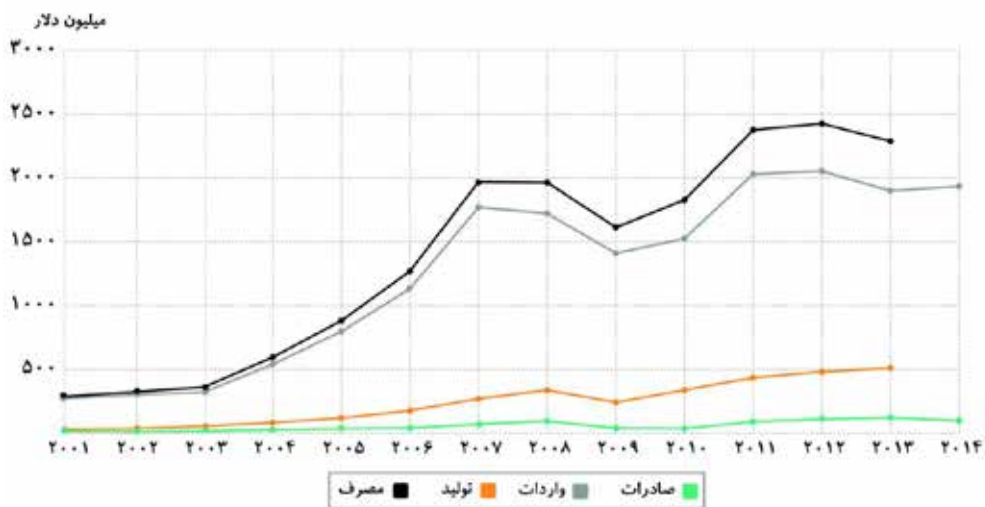
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین الملل ITC

۱۵-۴- بازار ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر

این گروه طیفی از ماشین‌آلات و وسایل برقی از قبیل موتورهای برقی، ژنراتور و ترانسفورماتور، دستگاه‌های توزیع و کنترل نیروی برق، سیم و کابل عایق‌دار، انبارها، قوه‌های الکتریکی و باتری‌های اولیه، لامپ‌های الکتریکی، تجهیزات روشنایی و سایر تجهیزات الکتریکی را در بر می‌گیرد.

طبق برآوردهای این تحقیق، اندازه بازار ماشین‌آلات و تجهیزات مذکور در قزاقستان در حدود ۲/۳ میلیارد دلار است. این بازار روند رو به رشدی را طی ۱۵ سال اخیر سپری کرده است و به‌رغم کاهش محسوس تقاضا در سال ۲۰۰۹، از سال ۲۰۱۰ به بعد مجدداً با افزایش تقاضا مواجه بوده است. در واکنش به رشد تقاضا، تولید داخلی نیز به جز در سال ۲۰۰۹ با شیب ملایمی افزایش پیدا کرده است. به طوری که در سال ۲۰۱۳ حجم تولید داخلی محصولات مذکور به ۵۰۰ میلیون دلار رسیده است. با این حال این مقدار تولید پاسخ‌گوی نیاز بازار نیست و با کسر صادرات محصولات داخلی، تنها ۱۶ درصد تقاضای بازار را تأمین می‌کند. در نتیجه حدود ۸۴ درصد مصرف ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی مورد نیاز از طریق واردات تأمین می‌شود. ارزش واردات این گروه در سال ۲۰۱۳ معادل ۱/۸ میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۴ برابر ۱/۹ میلیارد دلار بوده است.

نمودار (۴-۷۱): بازار ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده در قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO



برای ارائه تصویری بهتر از تقاضای ۲/۳ میلیارد دلاری بازار ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی قزاقستان، نمودار زیر محصولات با بیش‌ترین تقاضا را در این گروه نمایش می‌دهد.

نمودار (۴-۷۲): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

تابلوه‌ها و پنل‌های کنترلی شماره‌ای برای ولتاژ کم‌تر از ۱۰۰۰ ولت با ارزشی بالغ بر ۲۰۰ میلیون دلار، هادی‌های برق برای ولتاژ حداکثر ۱۰۰۰ ولت به ارزش ۱۸۱ میلیون دلار و همچنین مبدل‌های استاتیک به ارزش ۱۷۲ میلیون دلار، مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده به شمار می‌آیند. همان‌طور که در نمودارهای زیر ملاحظه می‌شود کشورهای روسیه، چین و آلمان مهم‌ترین صادرکنندگان این محصولات به قزاقستان هستند.

نمودار (۴-۷۳): ترکیب صادرکنندگان تابلو و پنل شامل پنل‌های کنترلی شماره‌ای برای ولتاژ کم‌تر از ۱۰۰۰ ولت به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

نمودار (۴-۷۴): ترکیب صادرکنندگان هادی برق برای ولتاژ حداکثر ۱۰۰۰ ولت، عایق، جورنشده با قطعات اتصال به قزاقستان (۲۰۱۴)



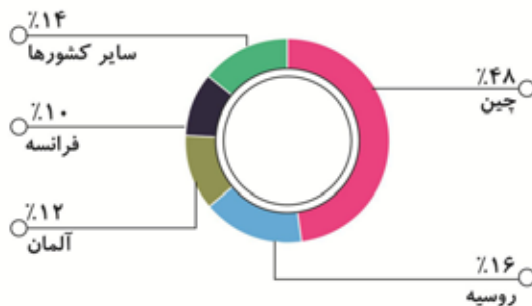
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

نمودار (۴-۷۵): ترکیب صادرکنندگان مبدل‌های استاتیک به قزاقستان (۲۰۱۴)



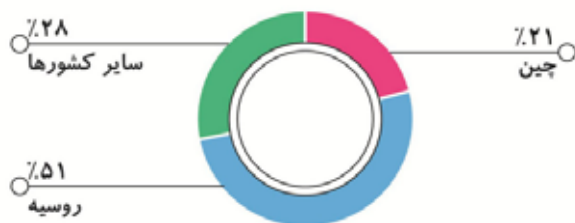
منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

نمودار (۴-۷۶): ترکیب صادرکنندگان تابلو و پنل شامل پنل‌های کنترلی شماره‌ای برای ولتاژ بیش‌تر از ۱۰۰۰ ولت به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

نمودار (۴-۷۷): ترکیب صادرکنندگان هادی‌های برق برای ولتاژ بیش‌تر از ۱۰۰۰ ولت به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

طبق اطلاعات گمرک جمهوری اسلامی ایران، در سال ۱۳۹۴ در مجموع صادرات کشور به قزاقستان در گروه ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده معادل ۱۲۰ هزار دلار بوده است که تنها از دو استان خراسان رضوی و تهران صادر شده است. در این سال از استان خراسان رضوی در مجموع ۶۹ هزار دلار اقلام گوناگونی همچون هادی‌های برق برای ولتاژ بیش‌تر از ۱۰۰۰ ولت، لوستر و وسایل روشنایی برقی غیر از ال‌ای‌دی^{۱۸۱} برای آویختن و نصب کردن به سقف یا دیوار و نری و مادگی برای اتصال به جز کانکتور قابل نصب روی برد مدار چاپی خاص صادر شده است. استان تهران نیز ۵۱ هزار دلار ترانسفورماتورهای دی‌الکتریک مایع به قدرت حداکثر ۶۵۰ کیلو ولت آمپر به قزاقستان صادر کرده است.

نمودار (۴-۷۸): صادرات ایران به قزاقستان در گروه ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (۱۳۹۴)

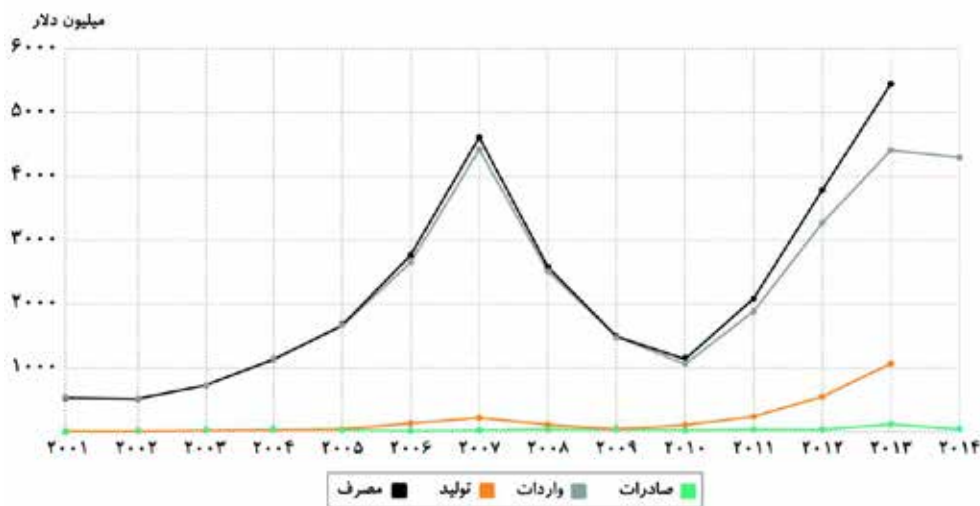


منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

۱۶-۴- بازار وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم تریلر

این گروه شامل وسایل نقلیه موتوری، تولید بدنه یا اتاق‌سازی برای وسایل نقلیه موتوری، ساخت تریلر و نیم تریلر، تولید قطعات و ملحقات برای وسایل نقلیه موتوری و موتور آن‌ها می‌شود. بعد از سال‌های بحران جهانی، تقاضا و واردات محصولات این گروه مجدداً افزایش داشته است. تولید داخلی این محصولات کم‌تر از یک پنجم تقاضای بازار است. از این رو این بازار وابستگی شدیدی به واردات دارد.

نمودار (۴-۷۹): بازار وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم تریلر قزاقستان (۲۰۱۴-۲۰۰۱)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد UNIDO

تقریباً نیمی از ناوگان حمل‌ونقل قزاقستان را ماشین‌هایی با عمر بیش از ۲۰ سال تشکیل می‌دهند. به طوری که در سال ۲۰۱۴، در این کشور حداقل ۴۶۸ هزار اتومبیل دست دوم وجود داشته است. اغلب مردم ماشین‌های دست دوم را به ماشین‌های نو ترجیح می‌دهد، چرا که هم کیفیت خوبی دارند و هم قیمت آن‌ها مناسب است. به علاوه نرخ استهلاک ماشین‌های دست دوم کم‌تر از ماشین‌های نو است. اتومبیل سواری در قزاقستان توسط دو شرکت بزرگ واقع در استان‌های کوستانای و قزاقستان شرقی تولید می‌شود. در سال ۲۰۱۴ در حدود ۳۷ هزار دستگاه اتومبیل در این کشور تولید شده است. با این وجود کافی نبودن تولید داخلی، تقاضایی شدید برای واردات خودرو ایجاد کرده است. علاوه بر این در سال ۲۰۱۴ قزاقستان ۲۳۰۰ دستگاه ماشین حمل بار تولید کرده است. تولید اتوبوس در قزاقستان ناچیز است. در نیمه اول سال ۲۰۱۳ تنها ۲۰۰ دستگاه اتوبوس

در قزاقستان تولید شده است. در مجموع در سال ۲۰۱۴، ارزش واردات وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلر در قزاقستان بالغ بر ۴ میلیارد دلار بوده است که مهم‌ترین اقلام آن در نمودار زیر مشاهده می‌شود.

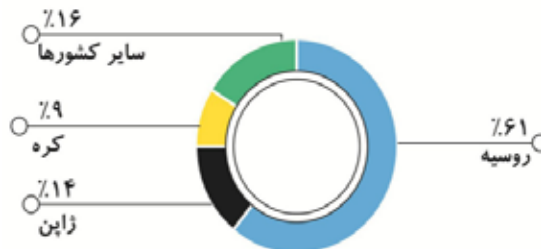
نمودار (۴-۸۰): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلر (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

در گروه وسایل نقلیه موتوری، بیش‌ترین واردات قزاقستان را اتومبیل‌های سواری با حجم سیلندر ۱۵۰۰ تا ۳۰۰۰ سی‌سی تشکیل می‌دهد. ارزش واردات این محصولات در سال ۲۰۱۴ معادل ۱/۴ میلیارد دلار بوده است. همان‌طور که در نمودار زیر مشاهده می‌شود، کشورهای روسیه، ژاپن و کره مهم‌ترین صادرکنندگان این نوع وسایل نقلیه به قزاقستان هستند. در این زمینه ۶۱ درصد از بازار در اختیار روسیه است و کشورهای ژاپن و کره به ترتیب با سهم ۱۴ درصد و ۹ درصد در جایگاه دوم و سوم قرار دارند.

نمودار (۴-۸۱): ترکیب صادرکنندگان اتومبیل‌های سواری و وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر بین ۱۵۰۰ تا ۳۰۰۰ سی‌سی در قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

واردات قزاقستان از اتومبیل‌های سواری و وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر بیش از ۳۰۰۰ سی‌سی معادل ۳۴۲ میلیون دلار است. در بازار این محصولات، ژاپن ۶۰ درصد از بازار و کشورهای آلمان و روسیه هر کدام ۱۲ درصد از بازار را در اختیار دارند.

نمودار (۴-۸۲): ترکیب صادرکنندگان اتومبیل‌های سواری و وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر بیش از ۳۰۰۰ سی‌سی به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

سومین محصول مهم وارداتی قزاقستان در این گروه، بدنه وسایل نقلیه موتوری به ارزش ۲۹۳ میلیون دلار است که عمدتاً از کشور کره وارد می‌شود. در این زمینه کره ۵۶ درصد از بازار و کشورهای چک و اسلواکی به ترتیب ۲۳ و ۲۱ درصد بازار را در اختیار دارند.

نمودار (۴-۸۳): ترکیب صادرکنندگان بدنه وسایل نقلیه موتوری به قزاقستان (۲۰۱۴)

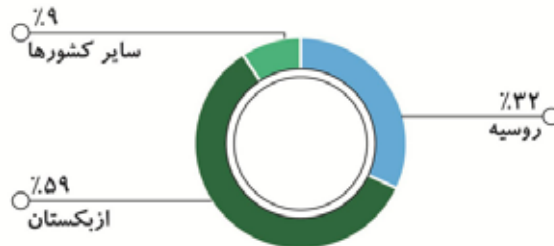


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۲۴۹ میلیون دلار وسایل نقلیه موتوری حمل‌اشخاص با حجم سیلندر بین ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ سی‌سی وارد کرده است. همان‌طور که در نمودار زیر مشهود است، کشورهای ازبکستان و روسیه مهم‌ترین صادرکنندگان این نوع محصولات به قزاقستان هستند که به ترتیب ۵۹ درصد و ۳۲ درصد از بازار را در اختیار دارند.



نمودار (۴-۸۴): ترکیب صادرکنندگان اتومبیل‌های سواری و وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر بین ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ سی‌سی به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

یکی دیگر از اقلام مهم وارداتی قزاقستان، وسایل نقلیه موتوری با وزن بیش از ۲۰ تن برای حمل و نقل کالا است که ارزش دلاری واردات آن در سال ۲۰۱۴ برابر ۱۶۳ میلیون دلار بوده است. کشورهای روسیه و چین به ترتیب ۴۲ و ۳۵ درصد از بازار این محصولات را در اختیار دارند.

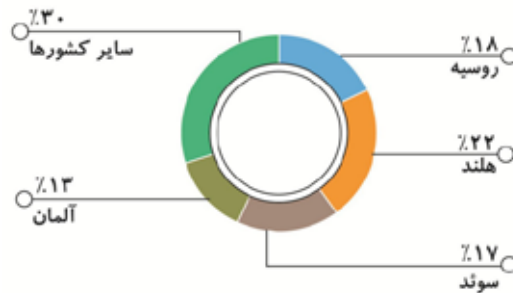
نمودار (۴-۸۵): ترکیب صادرکنندگان وسایل نقلیه موتوری برای حمل و نقل کالا به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۱۴۰ میلیون دلار تراکتورهای جاده‌ای برای نیم‌تریلرها وارد کرده است. مهم‌ترین صادرکنندگان این گروه از محصولات به قزاقستان کشورهای روسیه، هلند، سوئد و آلمان هستند. در بازار این محصولات، کشور هلند ۲۲ درصد از سهم بازار را در اختیار دارد و کشورهای روسیه، سوئد و آلمان به ترتیب با ۱۸، ۱۷ و ۱۳ درصد سهم بازار در جایگاه دوم تا چهارم قرار دارند.

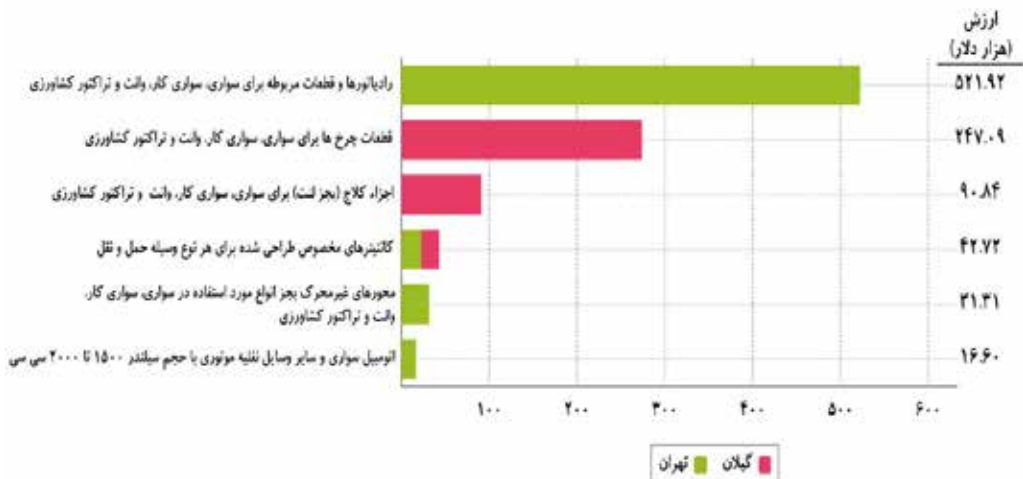
نمودار (۴-۸۶): ترکیب صادرکنندگان تراکتورهای جاده‌ای برای نیم‌تریلرها به قزاقستان



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

به‌رغم واردات ۴ میلیارد دلاری قزاقستان از وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلرها، حجم صادرات ایران به این کشور کم‌تر از یک میلیون دلار است. این محصولات عمدتاً توسط استان‌های تهران و گیلان صادر می‌شود. رادیاتورها و قطعات مربوطه برای سواری، سواری کار، وانت و تراکتور کشاورزی به ارزش ۵۲۱ هزار دلار مهم‌ترین محصول صادراتی کشور از استان تهران است. پس از آن قطعات چرخ‌ها برای سواری، سواری کار، وانت و تراکتور کشاورزی با ارزش ۲۴۷ هزار دلار دومین محصول عمده صادراتی کشور به قزاقستان محسوب می‌شود که از استان گیلان صادر می‌شود.

نمودار (۴-۸۷): اقلام صادراتی ایران به قزاقستان در گروه وسایل نقلیه موتوری، تریلر و نیم‌تریلر (۱۳۹۴)

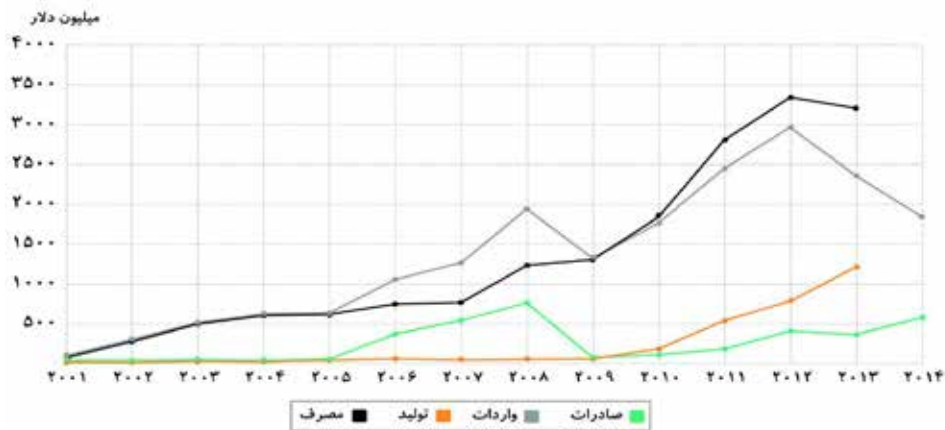


منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

۱۷-۴- بازار تجهیزات جابه‌جایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر

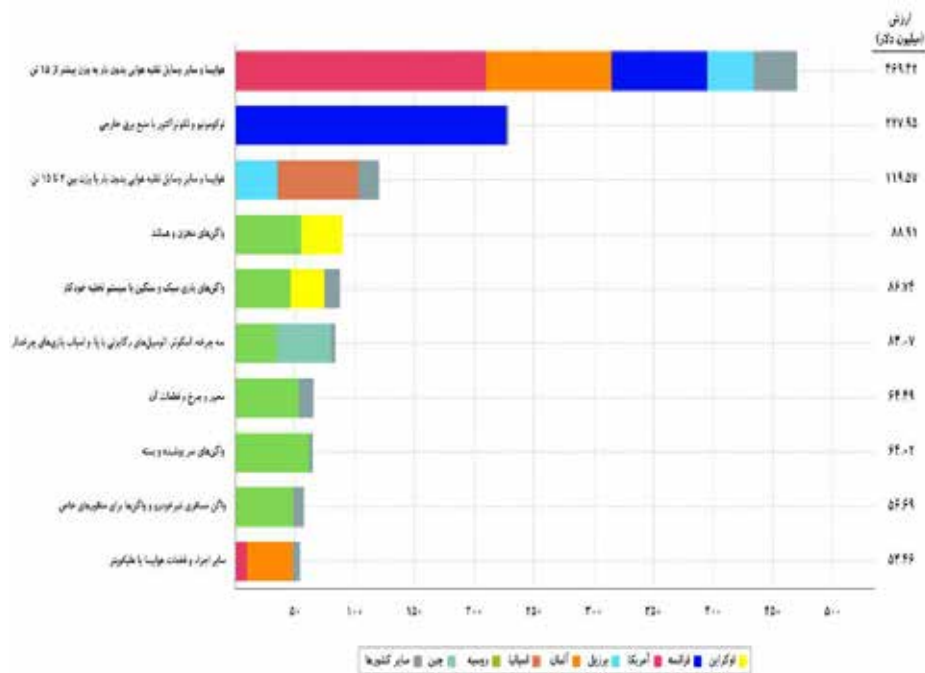
کشتی، انواع قایق تفریحی و ورزشی، لوکوموتیوها و ترن‌های خط آهن، وسایل نقلیه هوایی و فضایی، موتورسیکلت، انواع دوچرخه و صندلی چرخ‌دار و سایر تجهیزات جابه‌جایی از جمله فرکان، گاری و غیره در این دسته جای می‌گیرند. مطابق با برآوردهای این تحقیق، در سال ۲۰۱۳ اندازه بازار تجهیزات جابه‌جایی در قزاقستان ۳/۲ میلیارد دلار بوده است که حدود ۵۷ درصد از تقاضای این بازار از طریق واردات تأمین شده است. قزاقستان در سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ برخی محصولات این گروه همچون هواپیما و وسایل نقلیه بدون بار به وزن بیش‌تر از ۱۵ تن را صادرات مجدد کرده است. از این رو در این سال‌ها، واردات از مصرف داخلی و صادرات از تولید داخلی بیش‌تر بوده است. در بازار این محصولات تولید داخلی قزاقستان از سال ۲۰۰۹ به بعد با شیبی ملایم افزایش یافته است. در ادامه مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه تجهیزات جابه‌جایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر نمایش داده شده است. لازم به ذکر است کشور ایران در این گروه از کالاها هیچ نوع صادراتی به قزاقستان ندارد. البته در برخی اقلام مانند دوچرخه، سه‌چرخه و .. به سایر کشورها غیر از قزاقستان صادرات داشته است.

نمودار (۴-۸۸): بازار تجهیزات جابه‌جایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (UNIDO)

نمودار (۴-۸۹): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه تجهیزات جابه‌جایی طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (۲۰۱۴)

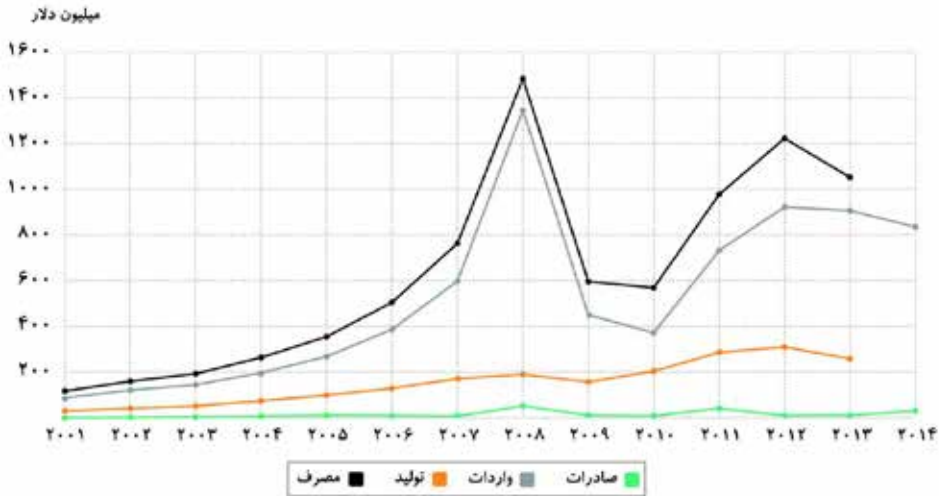


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

۱۸-۴- بازار مبلمان و مصنوعات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر

مهم‌ترین محصولات این گروه را انواع مبلمان چوبی، سرویس خواب چوبی و صندلی با چارچوب چوبی تشکیل می‌دهند. با این حال طبق طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی ISIC، برخی مصنوعات از قبیل جواهرات، آلات موسیقی، کالاهای ورزشی، وسایل بازی، قلم و مداد، شانه و مسواک، کلاه گیس، کبریت، عصا، چتر و سایر اقلام از این دست نیز در این گروه جای می‌گیرند.

طبق برآوردهای این تحقیق، اندازه بازار قزاقستان برای محصولات فوق نزدیک به ۱/۲ میلیارد دلار است. مصرف این محصولات در سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۸ با نرخ فزاینده‌ای رشد کرد. اما در سال ۲۰۰۹ به شدت کاهش یافت و این کاهش در سال ۲۰۱۰ نیز ادامه یافت. با این حال با بهبود اقتصاد قزاقستان پس از سال ۲۰۱۰، بازار این محصولات مجدداً با رشد تقاضا اما این بار با نرخی کاهنده مواجه شد. همان‌طور که در نمودار زیر ملاحظه می‌شود، تنها کم‌تر از یک چهارم تقاضای داخلی محصولات این گروه از طریق تولید داخلی تأمین می‌شود. تولیدات داخلی از کیفیت بالایی برخوردار نیستند و اغلب تولیدکنندگان این صنعت تولیدکنندگان کوچک و متوسط هستند.

نمودار (۹۰-۴): بازار مبلمان و مصنوعات طبقه‌بندی نشده در قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC و سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (UNIDO)

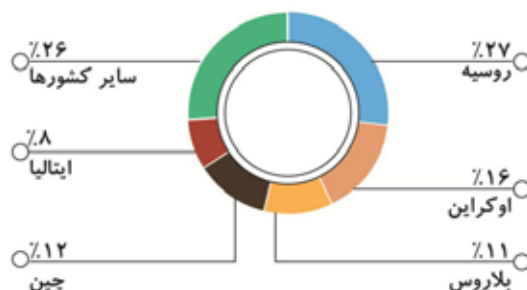
صادرات قزاقستان در محصولات مذکور بسیار ناچیز است و با توجه به پایین بودن حجم تولیدات داخلی، بیش از سه چهارم نیاز بازار از طریق واردات تأمین می‌شود. ارزش واردات این کشور در سال ۲۰۱۳ برابر ۹۰۶ میلیون دلار بوده است که در سال ۲۰۱۴ به ۸۳۵ میلیون دلار کاهش یافته است. مهم‌ترین اقلامی که قزاقستان در این گروه وارد می‌کند، عبارتند از: مبلمان، سرویس خواب، جواهرات، صندلی با چارچوب چوبی و روکش مبل، وسایل تزئینی، مبلمان فلزی و مبلمان اداری. نمودار زیر مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان را در این گروه نمایش می‌دهد.

نمودار (۹۱-۴): مهم‌ترین اقلام وارداتی قزاقستان در گروه مبلمان و مصنوعات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر (۲۰۱۴)


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

مبلمان چوبی مهم‌ترین محصول وارداتی قزاقستان در این گروه است. در سال ۲۰۱۴ حجم واردات این کشور از مبلمان چوبی معادل ۱۴۰ میلیون دلار بوده است که عمدتاً توسط کشورهای روسیه، اوکراین، چین و بلاروس تأمین شده است.

نمودار (۴-۹۲): ترکیب صادرکنندگان مبلمان چوبی در قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

دومین محصول مهم وارداتی قزاقستان در این گروه، سرویس خواب چوبی است که ارزش واردات آن در سال ۲۰۱۴ برابر ۷۷ میلیون دلار بوده است. روسیه و اوکراین با سهمی نسبتاً برابر، در مجموع نیمی از بازار این محصول را به خود اختصاص داده‌اند.

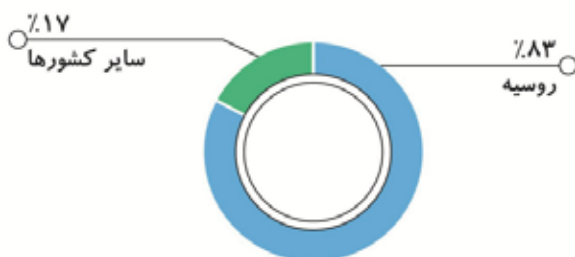
نمودار (۴-۹۳): ترکیب صادرکنندگان سرویس خواب چوبی به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

همان‌طور که پیش از این اشاره شد، طبق استانداردهای بین‌المللی طبقه‌بندی کالاها، جواهرات از فلزات گران‌بها نیز در گروه مبلمان و مصنوعات طبقه‌بندی نشده در جای دیگر قرار می‌گیرد. در این زمینه قزاقستان در سال ۲۰۱۴ معادل ۵۹ میلیون دلار جواهرات وارد کرده است که عمدتاً از کشور روسیه خریداری شده است.

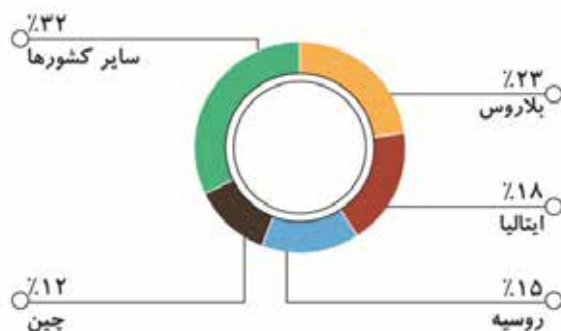
نمودار (۴-۹۴): ترکیب صادرکنندگان جواهرات از فلزات گران‌بها ... به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

صندلی با چارچوب چوبی و روکش مبلی چهارمین محصول مهم وارداتی قزاقستان در این گروه است. ارزش واردات این نوع صندلی در سال ۲۰۱۴ معادل ۴۸ میلیون دلار بوده است که سه کشور بلاروس، ایتالیا و روسیه بخش مهمی از بازار آن را به خود اختصاص داده‌اند.

نمودار (۴-۹۵): ترکیب صادرکنندگان صندلی با چارچوب چوبی و روکش مبلی به قزاقستان (۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

در سال ۱۳۹۴، استان خراسان رضوی در بین استان‌های کشور، بیش‌ترین صادرات را از محصولات این گروه به قزاقستان انجام داده است. ارزش صادرات این استان در سال ۱۳۹۴ برابر ۱۵۳ هزار دلار بوده است. استان‌های مازندران، تهران و گیلان در مجموع با صادرات ۵۲ هزار دلار دیگر استان‌های صادرکننده محصولات این گروه به قزاقستان هستند. مهم‌ترین کالاهای صادراتی استان‌های مازندران و تهران را مبلمان چوبی به غیر از صنایع دستی تشکیل می‌دهد. استان گیلان صادرکننده مبلمان چوبی اتاق خواب به غیر از صنایع دستی است. مهم‌ترین اقلام صادراتی استان خراسان رضوی نیز انواع فرچه و برس به ارزش ۶۷ هزار دلار، انواع شانه به ارزش ۲۰ هزار دلار و انواع مبلمان به ارزش ۶۶ هزار دلار است.

نمودار (۴-۹۶): صادرات ایران به قزاقستان در گروه مبلمان و سایر مصنوعات (۲۰۱۴)



منبع: گمرک جمهوری اسلامی ایران

۱۹-۴- بازار محصولات معدنی

یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های کشور قزاقستان، استخراج و تولید محصولات معدنی است. قزاقستان این مزیت را به پشتوانه دسترسی به منابع بزرگ و در عین حال متنوع خود به دست آورده است. در مجموع بالغ بر ۳۵ درصد از تولید ناخالص داخلی و بیش از ۷۵ درصد صادرات این کشور را محصولات معدنی تشکیل می‌دهد، که نفت و گاز از جایگاه ویژه‌ای در میان این محصولات برخوردار است. البته محصولات معدنی قزاقستان به نفت و گاز محدود نمی‌شود. در کنار نفت و گاز، این کشور از ذخایر قابل توجه کروم، اورانیوم، نقره، طلا، روی، سرب و مس برخوردار است. نمودار زیر ضمن نمایش تنوع منابع معدنی قزاقستان، رتبه جهانی این کشور را چه از لحاظ حجم ذخایر شناسایی شده و چه از لحاظ میزان استخراج از معادن نمایش می‌دهد.

وجود چنین ظرفیت‌های معدنی متنوع و بزرگی، بخش معدن قزاقستان را به یکی از بخش‌های جذاب



برای سرمایه‌گذاران خارجی تبدیل کرده است. همان‌طور که در نمودار ملاحظه می‌شود، قزاقستان به لحاظ برخورداری از ذخایر کروم در رتبه نخست جهان و به لحاظ برخورداری از ذخایر اورانیوم در رتبه دوم جهان قرار دارد. در ذخایر نقره و روی نیز به ترتیب جایگاه پنجم و هفتم جهان در اختیار قزاقستان است. در زمینه استخراج نیز این کشور در جایگاه نخست جهان از حیث میزان استخراج اورانیوم قرار دارد و سومین کشور استخراج‌کننده کروم در جهان است.

نمودار (۴-۹۷): رتبه جهانی قزاقستان در ذخایر معدنی

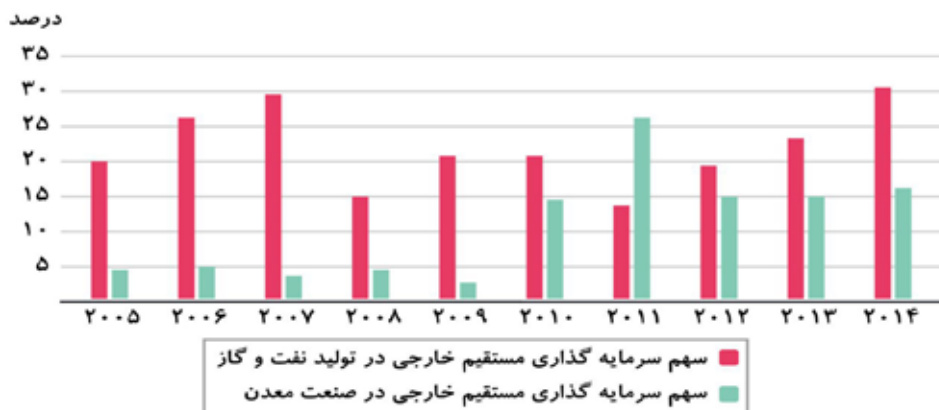


منبع: وزارت سرمایه‌گذاری و توسعه قزاقستان، سرمایه‌گذاری در قزاقستان ۲۰۱۴

با این حال استخراج محصولات معدنی به شدت سرمایه‌بر است و نیاز شدیدی به تکنولوژی روز جهانی دارد. از این رو کشورهای برخوردار از منابع معدنی، عمدتاً تلاش می‌کنند از طریق جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی، ضمن تأمین منابع سرمایه و دانش فنی مورد نیاز، از ظرفیت‌های بالقوه خود در جهت ایجاد ارزش افزوده و خلق ثروت بهره بگیرند. قزاقستان نیز بر اساس چنین منطقی اقدام به جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی در صنایع معدنی خود نموده است. سهم سرمایه‌گذاری خارجی جذب

شده در صنایع معدنی این کشور از ۴ درصد در سال ۲۰۰۵ به ۱۷ درصد در سال ۲۰۱۴ رسیده است. سهم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در تولید نفت و گاز نیز در یک دهه گذشته با نوساناتی روبه رو بوده اما در سال‌های اخیر رشدی مثبت داشته است.

نمودار (۴-۹۸): سهم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (۲۰۰۵-۲۰۱۴)



منبع: کسب و کار در قزاقستان

با توجه به گستره وسیع محصولات معدنی قزاقستان، در ادامه با تمرکز بر سه مورد از مهم‌ترین این محصولات شامل نفت و گاز، اورانیوم و زغال‌سنگ، بازار این محصولات تحلیل خواهد شد.

۱-۱۹-۴- نفت و گاز

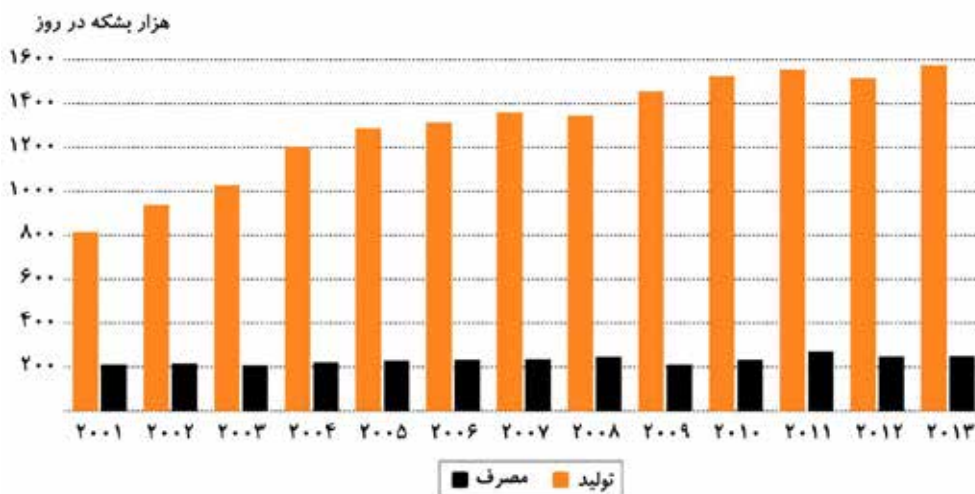
قزاقستان دارای ذخایر نفتی اثبات شده قابل توجهی است. این ذخایر عمدتاً در غرب این کشور و در مجاورت دریای خزر قرار دارند. بر اساس پیش‌بینی‌ها، این کشور می‌تواند تا بیش از ۳۰ سال دیگر، نفت را به‌طور مداوم استخراج کند. ذخایر نفتی تخمین زده شده در قزاقستان ۳۰ میلیارد بشکه است. این ذخایر حدوداً ۱/۸ درصد از ذخایر جهانی را شامل می‌شود.

قزاقستان دارای ۱۷۲ میدان نفتی و ۴۲ میدان میعانات گازی است که در اطراف دریای خزر واقع شده‌اند. در سال ۲۰۱۳ تولید این میادین ۸۱/۸ میلیون تن بوده است. سه پالایشگاه مهم نفتی این کشور در مناطق



پاولودار، شیمکنت و آتیرائو مستقر هستند. بیش از ۵۰ درصد از تولیدات نفتی از میادین تنگیز^{۱۸۲}، کاشاگان^{۱۸۳} و کاراکاچاناگ^{۱۸۴} به دست می‌آید و تقریباً ۸۵ درصد از کل نفت تولیدی قزاقستان به خارج صادر می‌شود. مطابق با نمودار زیر، در ۱۳ سال اخیر، مصرف داخلی نفت خام قزاقستان در حدود ۲۰۰ هزار بشکه در روز ثابت مانده است. در حالی که طی این دوره، تولید نفت خام از ۸۰۰ هزار بشکه در روز در سال ۲۰۰۱ به بیش از ۱/۵ میلیون بشکه در روز در سال ۲۰۱۳ رسیده است.

نمودار (۴-۹۹): تولید و مصرف داخلی نفت خام قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۳)



منبع: www.indexmundi.com

ذخایر اثبات شده گاز طبیعی قزاقستان نیز ۱/۳ تریلیون متر مکعب است. این ذخایر که در غرب کشور قرار دارند، یا در میادین نفتی و میادین نفتی-گازی واقع شده‌اند و یا به صورت میعانات گازی استخراج می‌شوند. بر اساس تخمین‌ها این ذخایر تا ۷۵ سال آینده دوام خواهند داشت. در سال ۲۰۱۳، تولید گاز طبیعی و گاز همراه نفت^{۱۸۵} در مجموع ۴۲/۳ میلیارد متر مکعب بوده است که از این مقدار ۲۲/۸ میلیارد متر مکعب آن گاز قابل فروش بوده است. عدم وجود زیرساخت‌های مناسب در ارتباط بین مناطق تولید

182 . Tengiz

183 . Kashagan

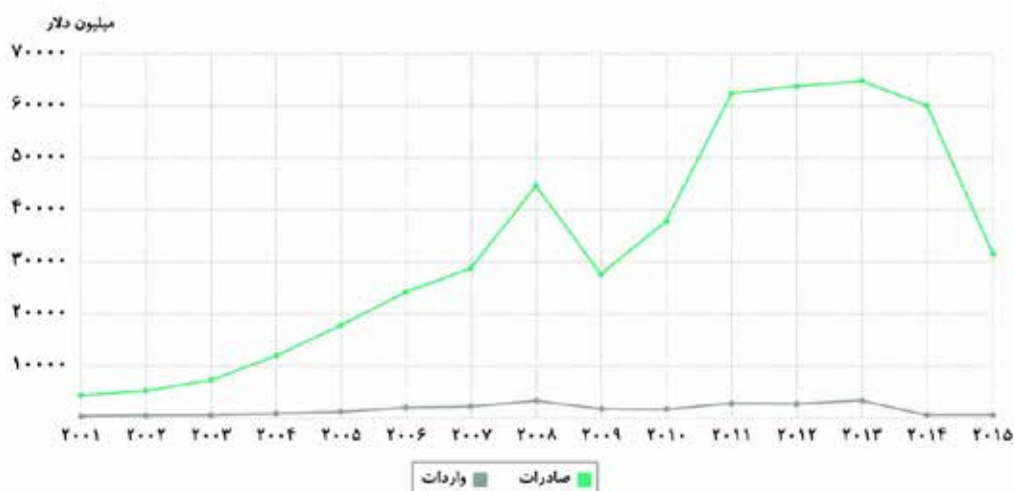
184 . Karachaganak

185 . Associated Petroleum Gas

و مراکز مصرف موجب شده است که این کشور نتواند از پتانسیل کافی خود برای تولید استفاده کند. در نتیجه بخشی از نیاز داخلی خود را از طریق واردات تأمین می‌کند.

نمودار زیر روند صادرات و واردات نفت و گاز طبیعی قزاقستان را طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۵ به تصویر می‌کشد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، صادرات این گروه از محصولات که در سال ۲۰۱۴ معادل ۶۰ میلیارد دلار بود، به دلیل کاهش قیمت نفت در بازار جهانی در سال ۲۰۱۵ با کاهش شدید مواجه شده و به رقم ۳۱ میلیارد دلار تنزل یافته است. نفت و گاز در قزاقستان سهم بزرگی در تولید ناخالص داخلی دارد. مهم‌ترین مقاصد صادراتی این محصولات، کشورهای ایتالیا، چین، هلند، فرانسه، سوئیس و رومانی هستند.

نمودار (۴-۱۰): صادرات و واردات نفت و گاز طبیعی استخراج شده (۲۰۰۱-۲۰۱۵)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

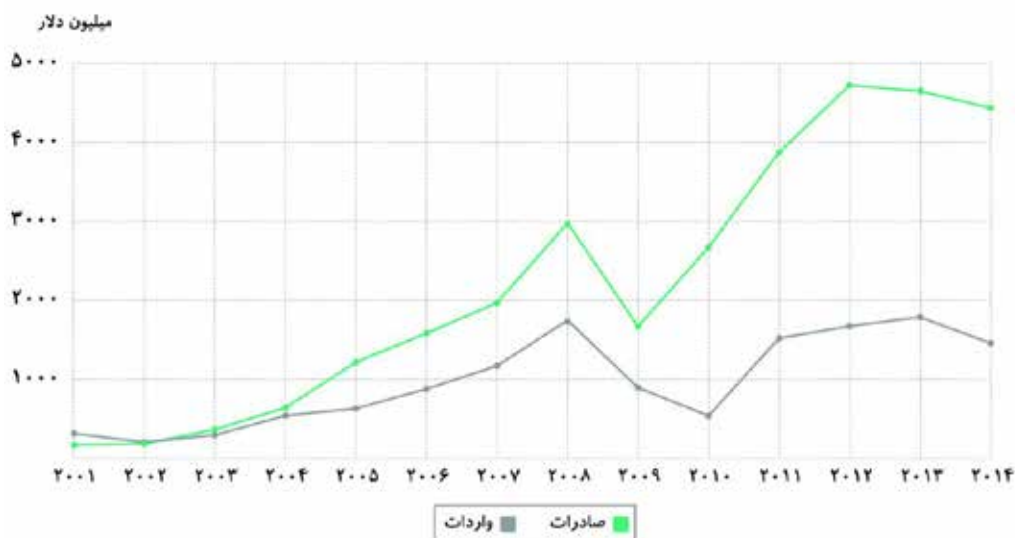
در کنار نفت خام و گاز طبیعی باید نگاهی نیز به بازار فرآورده‌های حاصل از تصفیه نفت و گاز داشت. نمودار زیر روند صادرات و واردات فرآورده‌های نفتی تصفیه شده را در قزاقستان نشان می‌دهد. این محصولات شامل سوخت‌های مایع، موم‌های نفتی و مشتقات، گازهای حاصل از تصفیه نفت خام، قیرهای نفتی و غیره است. صادرات این محصولات روند رو به رشدی داشته است. در سال ۲۰۱۴، صادرات و واردات فرآورده‌های نفتی تصفیه شده به ترتیب ۴/۴ و ۱/۴ میلیارد دلار بوده است.

علی‌رغم دسترسی قزاقستان به منابع فراوان نفت و گاز که ماده خام صنایع پتروشیمی هستند، صنعت پتروشیمی در این کشور توسعه چندانی نداشته و محصولات آن از تنوع زیادی برخوردار نیستند. از این‌رو



بخش عمده‌ای از مواد پتروشیمی مورد نیاز بازار قزاقستان، از طریق واردات تأمین می‌شوند. فرآورده‌های تولید شده نیز عمدتاً تولیدات جانبی فرآیند تصفیه نفت هستند و از محصولات ساده پتروشیمی به‌شمار می‌روند. از این‌رو، قزاقستان برای توسعه صنعت پتروشیمی خود از کشورهای چین و ایران کمک گرفته است. در سال ۲۰۱۴ مهم‌ترین محصول وارداتی این بخش را روغن‌های نفتی سبک و فرآورده‌های آن به ارزش ۷۵۸ میلیون دلار تشکیل داده است که ۶۶۰ میلیون دلار آن از روسیه خریداری شده است. کشور ایران در سال ۱۳۹۴ از میان محصولات این گروه، تنها ۶/۵ هزار دلار روغن موتور صادر کرده است.

نمودار (۴-۱۰۱): صادرات و واردات فرآورده‌های نفتی تصفیه شده (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

۲-۱۹-۴- اورانیوم

قزاقستان با در اختیار داشتن ۱۲ درصد از منابع جهانی اورانیوم، در رتبه دوم جهان از منظر حجم ذخایر قرار دارد. این کشور بیش از ۵۰ سال یکی از مهم‌ترین تأمین‌کنندگان اورانیوم جهان بوده است. تولید اورانیوم قزاقستان از ۲ هزار تن در سال ۲۰۰۱ به ۲۲ هزار تن در سال ۲۰۱۴ رسیده است. در سال ۲۰۱۵ این کشور با تولید ۲۳ هزار تن در جایگاه بزرگ‌ترین تولیدکننده اورانیوم جهان قرار داشته است.

یکی از بزرگ‌ترین معادن اورانیوم جهان، معدن اورانیوم تورکودوک^{۱۸۶} در شمال قزاقستان است که در سال

۲۰۱۲، حدود ۲/۶ هزار تن تولید داشته است. معدن بودنوسکوی^{۱۸۷} معروف به کاراتو، معدن دیگری است که در قزاقستان جنوبی واقع شده است. در سال ۲۰۱۵، این معدن ۲ هزار و ۶۱ تن تولید داشته است. بیش‌تر اورانیوم قزاقستان توسط شرکت دولتی «کازاتومپروم» به کشورهای دیگر صادر می‌شود. این شرکت، تمامی امور مربوط به اورانیوم کشور از جمله کاوش، استخراج، صادرات و واردات را مدیریت می‌کند. نمودار زیر روند تولید اورانیوم قزاقستان را بین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵ نشان می‌دهد. ملاحظه می‌شود که تولید اورانیوم این کشور در یک دهه اخیر رشد قابل توجهی داشته و تقریباً شش برابر شده است.

نمودار (۴-۱۰۲): تولید اورانیوم قزاقستان (۲۰۰۵-۲۰۱۵)



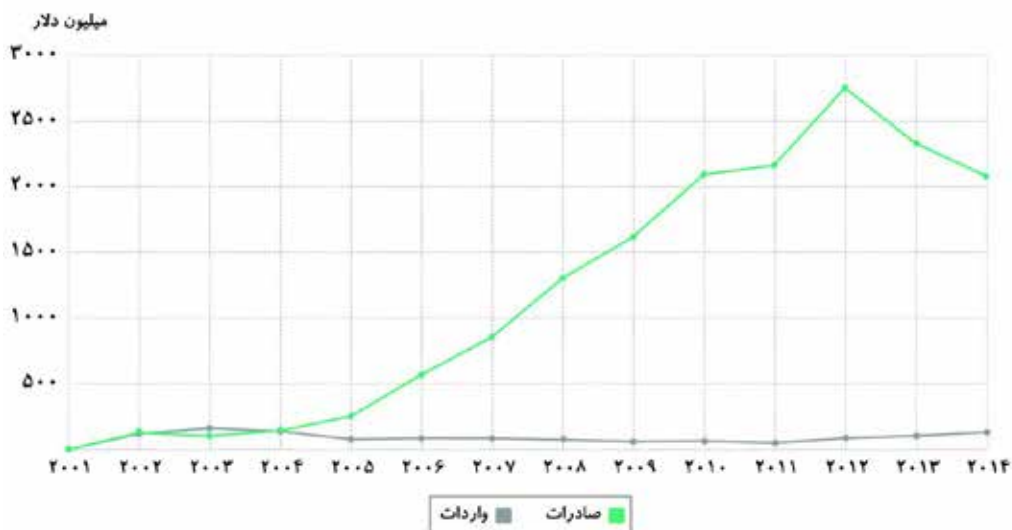
منبع: سایت اتمی جهانی

نمودار زیر روند صادرات و واردات اورانیوم قزاقستان را نمایش می‌دهد. وجود ذخایر عظیم اورانیوم در قزاقستان، این کشور را به یکی از قطب‌های صادراتی اورانیوم جهان تبدیل کرده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، روند صادرات اورانیوم قزاقستان، تا سال ۲۰۱۲ رشد چشم‌گیری داشته و به رقمی در حدود ۲/۷ میلیارد دلار رسیده است. اما بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ حدود ۷۰۰ میلیون دلار کاهش یافته است. با این وجود این کشور همچنان دارای تراز تجاری مثبت است. در سال‌های اخیر قزاقستان بیش‌ترین صادرات اورانیوم را به کشورهای چین، روسیه، کانادا و فرانسه انجام داده است. در مقابل



مهم‌ترین کالای وارداتی قزاقستان در این گروه، اورانیوم غنی‌شده U235 و ترکیبات آن و همچنین پلوتونیوم و ترکیبات آن به ارزش ۸۲ میلیون دلار از کشورهای ژاپن، آمریکا، فرانسه و چین بوده است.

نمودار (۴-۱۰۳): صادرات و واردات اورانیوم قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)

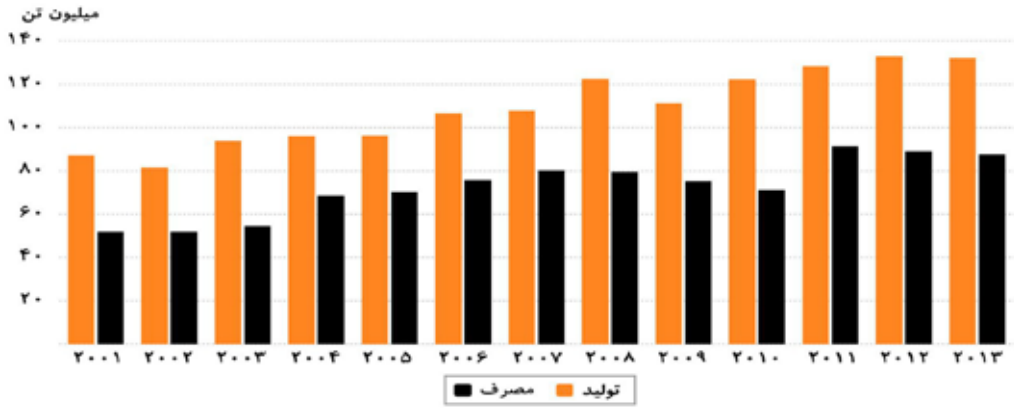


منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC

۳-۱۹-۴- زغال سنگ

ذخایر زغال سنگ قزاقستان ۴ درصد ذخایر جهانی و معادل ۳۷ میلیارد تن برآورد شده است. این ذخایر عمدتاً از نوع زغال سنگ آنتراسیت و زغال سنگ بیتومینه است. معادن زغال سنگ در قزاقستان مرکزی و عمدتاً در کاراگاندا و اکیباستوز^{۱۸۸} قرار دارند. این ذخایر تا ۱۰۰ سال آینده قابل استخراج هستند. حتی در شرق، جنوب شرقی و جنوب غربی قزاقستان نیز ذخایر زغال سنگ یافت می‌شود. اما ذخایر این مناطق کم‌تر از سایر معادن هستند. تولید زغال سنگ در سال ۲۰۱۳ معادل ۱۳۲ میلیون تن بوده است که از این مقدار ۸۷ میلیون تن در داخل مصرف شده است. نمودار زیر روند تولید و مصرف زغال سنگ را در قزاقستان به تصویر می‌کشد. ملاحظه می‌شود که حدود ۷۰ درصد از زغال سنگ تولید شده، در داخل کشور و عمدتاً به‌عنوان سوخت نیروگاه‌ها برای تولید الکتریسیته مصرف می‌شود.

نمودار (۴-۱۰۴): تولید و مصرف زغال سنگ قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۳)

منبع: www.indexmundi.com

با توجه به فزونی تولید زغال سنگ بر مصرف داخلی آن، قزاقستان صادرکننده خالص زغال سنگ به شمار می‌رود. روند صادرات و واردات انواع زغال سنگ در نمودار زیر به تصویر کشیده شده است. ملاحظه می‌شود که حجم صادرات از ۱۷۳ میلیون دلار در سال ۲۰۰۱ به ۶۱۸ میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است. البته این روند با نوساناتی در سال ۲۰۱۱ همراه بوده است. این افزایش شدید مربوط به صادرات زغال سنگ پودر شده و غیرفشرده است که عمدتاً در این سال به روسیه صادر شده است. مهم‌ترین علت این افزایش نیز افزایش قیمت تا دو برابر و به تبع آن افزایش مقدار صادراتی به بیش از دو برابر در این سال‌ها بوده است که موجب افزایش چهار برابری ارزش صادرات زغال سنگ قزاقستان شده است.

نمودار (۴-۱۰۵): صادرات و واردات زغال سنگ قزاقستان (۲۰۰۱-۲۰۱۴)



منبع: برآوردهای تحقیق بر اساس آمارهای مرکز تجارت بین‌المللی ITC



۲۰-۴- جمع‌بندی

این فصل به تحلیل بازارهای مختلف قزاقستان در بخش‌های کشاورزی، صنایع و همچنین معادن پرداخت. مطابق با نتایج این فصل، بخش کشاورزی با در بر گرفتن بالغ بر یک چهارم نیروی کار قزاقستان بزرگ‌ترین بخش قزاقستان از منظر اشتغال به شمار می‌رود. در مبحث تولیدات کشاورزی، این کشور به دلیل دارا بودن اقلیم سرد و خشک به جز تولید گندم در سطح قابل توجه و تولید برخی محصولات زراعی دیگر همانند سبزیجات، سیب‌زمینی، چغندر قند، هندوانه، آفتابگردان و پنبه در تولید سایر محصولات کشاورزی و به ویژه محصولات درختی از مزیت برخوردار نبوده و واردکننده این محصولات است. انگور، سیب، هلو، شلیل، نارنگی و گیلاس از مهم‌ترین واردات قزاقستان در گروه میوه‌جات هستند. در زمینه دام‌پروری، شرایط مناسب پرورش دام و وجود چراگاه‌های گسترده باعث شده است که این بخش از جایگاه ویژه‌ای در کشاورزی قزاقستان برخوردار شود. در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ پرورش حیوانات خانگی و پرندگان روند رو به رشدی را تجربه کرده است. بالعکس، قزاقستان در تجارت ماهی و محصولات دریایی با تراز تجاری منفی روبه‌روست. این کشور در تولید ماهی به شدت به صید وابسته است و پرورش ماهی تنها سه درصد از ماهی تولیدی این کشور را تشکیل می‌دهد. تراز تجاری منفی در محصولات دریایی به خلق فرصت‌های تولیدی و تجاری مرتبط با این بخش منجر شده است.

در ادامه این فصل، اندازه بازار در هر یک از گروه‌های عمده فعالیت‌های اقتصادی بر اساس طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی ISIC، با استفاده از آمارهای صادرات، واردات و تولید برآورد و روند آن طی سال‌های اخیر بررسی شد. مطالعه بازار صنایع به تفکیک بخش‌های مختلف، به روشنی نمایانگر وجود فرصت‌هایی در صادرات برخی محصولات است. در این فصل بازار تمامی ۱۶ صنعت مختلف قزاقستان تجزیه و تحلیل شد. نتایج حاکی از تغییرات چشمگیر اندازه این بازارها طی دوره مورد بررسی است. تغییرات سبک زندگی، رشد جمعیت و بهبود وضعیت درآمدی تأثیر مثبتی بر رشد مصرف طی یک دهه اخیر گذاشته است. این در حالی است که تولید در قزاقستان در اغلب این بازارها هم‌پا با مصرف رشد نکرده است و از این زاویه منجر به ایجاد شکاف قابل توجهی بین عرضه و تقاضا شده است که از طریق واردات به آن پاسخ داده می‌شود. در این فصل از کتاب پس از معرفی اندازه مصرف بازارها و اندازه واردات، مهم‌ترین محصولات مورد نیاز هر بازار تعیین و سپس سهم کشورها در واردات قزاقستان به عنوان معیاری مهم در تعیین درجه تمرکز بازارها و آسانی یا سختی ورود به آن‌ها بررسی شد. تحلیل مهم‌ترین واردات قزاقستان در کنار صادرات ایران به این کشور در هر بازار به وضوح نشان از عدم تطبیق مهم‌ترین تقاضای وارداتی قزاقستان با صادرات ایران دارد که از نتایج مهم فصل حاضر به شمار می‌رود. به طوری که علی‌رغم صادرات قابل توجه ایران و نیاز قزاقستان به برخی کالاها، صادراتی از سوی ایران به این کشور صورت نگرفته است. کود که یکی از

محصولات مهم صادراتی ایران در گروه محصولات شیمیایی است مثالی از این دست است. در بخش صنعت شیرخشک، گوشت مرغ، شیرینی و شکلات، فرش، کفش، انواع محصولات پلاستیکی و شیمیایی، مبلمان نیز از جمله فرصت‌های افزایش صادرات به قزاقستان محسوب می‌شوند.

بهره‌مندی قزاقستان از منابع معدنی سرشار و متنوع، بخش معدن را به یکی از جذاب‌ترین بخش‌های این کشور برای سرمایه‌گذاری خارجی تبدیل کرده است. هر چند دسترسی این کشور به منابع معدنی امکان صادرات به آن را محدود ساخته است اما زمینه همکاری‌های دوجانبه بین ایران و قزاقستان را میسر ساخته است. از فرصت‌های پیش‌رو در این حوزه می‌توان به سرمایه‌گذاری‌های مشترک در اکتشاف و استخراج از معادن اشاره کرد.

فصل پنجم:

واقعیت‌های تجارت با
فراقسان

۱-۵- مقدمه

شاید بتوان گفت نخستین گام در صادرات یک کالا، آگاهی از گرایش‌ها و الگوهای مصرفی مصرف‌کنندگان کشور هدف در بازارهای مختلف است که در کنار تحلیل و برآورد اندازه بازار و حجم تولید داخلی و همچنین سهم و جایگاه صادرکنندگان رقیب می‌تواند تصویری روشن از ساختار بازار و نیازهای آن به فعالان اقتصادی ارائه دهد. بدین منظور در فصل سوم این کتاب سبک زندگی و گرایش‌های اصلی مصرفی جامعه قزاقستان به طور مفصل تحلیل شد. پس از آن در فصل چهارم بازارهای مختلف این کشور بررسی و ضمن برآورد اندازه بازار هر یک از گروه‌های اصلی کالایی، موقعیت تولیدکنندگان داخلی، صادرکنندگان عمده به بازار قزاقستان و همچنین صادرکنندگان ایرانی به این بازار تحلیل شد. این فصل تلاش می‌کند از زاویه‌ای متفاوت و با تمرکز بر فرآیندهای عملیاتی و اجرایی، صادرات به قزاقستان را بررسی نماید. در حقیقت هدف این فصل انعکاس دادن برخی پیچیدگی‌ها و ظرافت‌هایی است که در عمل صادرات کالا را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از آنجا که اطلاعات مربوط به چنین فرآیندهایی در حکم دانش کاربردی بوده و عمدتاً در اختیار فعالان اقتصادی است، برای استخراج آن مصاحبه‌هایی با صادرکنندگان و فعالان اقتصادی آشنا به بازار قزاقستان انجام شده است.

کالای ایرانی از نگاه مردم قزاقستان یکی از موضوعاتی است که در این فصل به آن پرداخته می‌شود. آگاهی از نوع نگرش مردم قزاقستان نسبت به کالاهای ایرانی نه تنها در شناخت بازار و معرفی بهتر کالا موثر است که علاوه بر آن، امکان پیش‌بینی دقیق‌تر از میزان موفقیت در بازار قزاقستان در مواجهه با کالاهای رقیب را فراهم می‌آورد. علاوه بر این آگاهی از خصوصیات اخلاقی مردم قزاقستان به منظور افزایش کیفیت مذاکرات بسیار مهم است. قزاقستان کشور پهناوری است که درآمد سرانه مناطق آن با توجه به میزان برخورداری از ذخایر طبیعی و نوع فعالیت اقتصادی رایج در آن منطقه متفاوت است. بنابراین بررسی قدرت خرید در نواحی مختلف این کشور، از دیگر محورهای این فصل است. نحوه حمل‌ونقل کالا، نحوه انتقال پول، ملاحظات مهم در قیمت‌گذاری کالا، مهم‌ترین راهبردهای ورود به بازار



و توزیع کالا، شیوه‌های موثرتر تبلیغات، انواع مجوزهای مورد نیاز و ملاحظات اصلی در برچسب‌گذاری کالا از دیگر مسائلی است که در این فصل به آن پرداخته می‌شود. در پایان این فصل تلاش می‌شود برخی فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری با توجه به ظرفیت‌های اقتصاد ملی و نیازهای بازار قزاقستان معرفی شوند.

۲-۵- نگرش نسبت به کالاهای ایرانی

قزاقستان بازاری ۱۷ میلیون نفری با درآمد سرانه بالغ بر ۱۱ هزار دلار است. اگرچه درآمد سرانه این کشور در پی تضعیف پول داخلی و در پاسخ به کاهش قیمت نفت در سال‌های اخیر، کاهش یافته است، اما این کشور در میان سایر کشورهای آسیای مرکزی کماکان بالاترین درآمد سرانه را دارد. علاوه بر این باید توجه داشت که با وجود جهت‌گیری‌های دولت برای تنوع بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی و حرکت در مسیر صنعتی شدن، اقتصاد قزاقستان همچنان اقتصادی مصرف‌گرا است. بنابراین بی‌توجهی به بازار قزاقستان به معنای غفلت از یک بازار ۱۷ میلیونی مصرفی با سطح درآمد و قدرت خرید بالا است.

با این حال، در سال ۱۳۹۴ قزاقستان در بین مقاصد صادراتی ایران در جایگاه بیست و هفتم قرار گرفته و تنها ۰/۴ درصد از صادرات کشور یعنی رقمی معادل ۱۳۷ میلیون دلار به این کشور ارسال شده است. مقایسه این رقم با واردات بیش از ۳۰ میلیارد دلاری قزاقستان در سال ۲۰۱۵ حکایت از سهم بسیار ناچیز ایران در بازار این کشور دارد. از نگاه برخی صادرکنندگان کشور، حضور کم‌رنگ کالاهای ایرانی در بین هزاران کالا و برند خارجی که از دروازه‌های آزاد قزاقستان به داخل این کشور سرازیر می‌شوند، موجب شده است که مردم قزاقستان، شناخت زیادی نسبت به کالاهای ایرانی نداشته باشند. البته در گذشته‌ای نه چندان دور، تعداد قابل توجهی از شرکت‌های ایرانی در قزاقستان فعالیت می‌کردند و همین امر زمینه حضور پررنگ‌تر کالاهای ایرانی را در بازار این کشور فراهم کرده بود. اما در یک دهه اخیر، مجموعه‌ای از مشکلات از قبیل نداشتن تجربه کافی، عمل نکردن بر اساس روش‌های علمی و نوین، نوسانات نرخ ارز و همچنین بی‌ثباتی قوانین در اقتصاد داخلی ایران موجب حذف تدریجی این شرکت‌ها و به دنبال آن حذف کالاهای ایرانی از بازار قزاقستان شد.

با این حال بنا به نظر برخی صادرکنندگان کشور، به‌رغم آشنایی کم مصرف‌کنندگان قزاقستان با محصولات ایرانی، نگرش بازار قزاقستان به کالاهای ایرانی موجود در این کشور مثبت است و مصرف‌کنندگان در بسیاری موارد، کالای ایرانی را به نمونه‌های مشابه چینی که عموماً از کیفیت پایین‌تری برخوردار بوده و متناسب با نیازهای طبقات کم‌درآمد روانه بازار شده است، ترجیح می‌دهند.

۳-۵- خصوصیات فرهنگی و نگرش نسبت به ایرانیان

با توجه به گستردگی جغرافیای قزاقستان، رفتار اقتصادی مردم این کشور در نقاط مختلف آن متفاوت است. وجود قومیت‌های مختلف در این کشور باعث شده است برخی آداب و رسوم به یکدیگر نزدیک و برخی بسیار متفاوت باشد. معمولاً فرهنگ مردم شمال قزاقستان به فرهنگ مردم روسیه نزدیک‌تر است. به عنوان مثال مردم شمال قزاقستان تحت تأثیر سیستم کمونیستی که در دوران شوروی سابق رواج داشت، رغبت کم‌تری به خرید و فروش کالا و تجارت نشان می‌دهند. اما مردم جنوب قزاقستان فرهنگی نزدیک‌تر به همسایگان جنوبی این کشور داشته و تمایل بیش‌تری به خرید و فروش و تجارت دارند.

در مجموع و در مقایسه با اتباع دیگر کشورهای آسیایی، رابطه قزاقستانی‌ها با ایرانی‌ها دوستانه‌تر است. بنا به اظهارات برخی سرمایه‌گذاران و بازرگانان ایرانی فعال در قزاقستان، مردم این کشور ترجیح می‌دهند به جای چینی‌ها یا پاکستانی‌ها، منازل خود را به ایرانی‌ها اجاره دهند. آن‌ها تلقی مثبتی از ایرانیان دارند و کشور ایران را در تولید محصولات شیمیایی، نفت و گاز متخصص می‌دانند. وجود اشتراکات و پیوندهای تاریخی، فرهنگی بین ایران و قزاقستان نیز زمینه مناسبی برای گسترش مناسبات تجاری دو کشور فراهم کرده است. از جمله اشتراکات فرهنگی منطقه شیمکنت، تاراز و ترکستان با استان خراسان، می‌توان به آیین‌هایی همچون گرمای‌داشت خاطره درگذشتگان در ایام چراغ برات^{۱۸۹} یا تهیه نان روغن جوشی در شب‌های جمعه و توزیع آن بین دیگران اشاره کرد.

قزاقستانی‌ها مردمانی مهمان‌نوازند. در این کشور پذیرایی از مهمان با چای و نان مرسوم است. آن‌ها هنگام صرف چای آن را در پیماله‌های کوچک و به مقدار کم می‌ریزند تا بتوانند در دفعات متعدد با چای از مهمان پذیرایی کنند. مهمانی‌ها در فرهنگ مردم قزاقستان مناسبت‌های اجتماعی تلقی می‌شوند که نباید با عجله برگزار شود. بنابراین لازم است هنگام رفتن به مهمانی از داشتن زمان کافی مطمئن شد. اگرچه رسیدن به مهمانی در سر زمان مقرر چندان رایج نیست، اما تأخیر بیش از ۳۰ دقیقه نیز بدون اطلاع دادن به میزبان توصیه نمی‌شود. پذیرایی از مهمان توسط میزبان در دفعات لازم صورت می‌گیرد. بشقاب خالی مهمان به معنی این است که وی هنوز هم میل به صرف غذا دارد. بنابراین اگر مهمان میل به غذای اضافی نداشته باشد، لازم است مقداری از آن را در بشقاب خود باقی بگذارد. همچنین بهتر است از صرف غذا با دست چپ خودداری شود. در صورت دعوت شدن به منزل یک قزاقستانی باید به خاطر داشت که هدیه بردن در مهمانی‌ها بسیار مرسوم است. این هدیه می‌تواند هر چیزی اعم از انواع کیک، شیرینی یا خشکبار باشد.

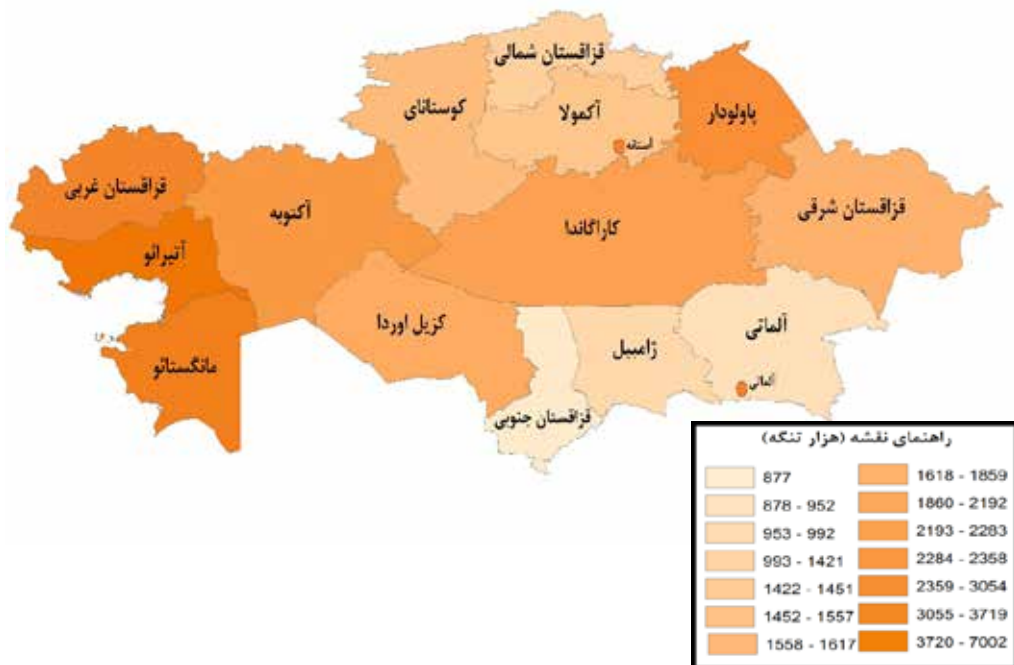
به‌طور کلی قزاقستانی‌ها ترجیح می‌دهند در مذاکرات خود صریح و بدون تعارف درباره مسائل صحبت

۱۸۹. مراسم چراغ برات که در برخی استان‌های کشور بالاخص استان‌های خراسان مرسوم است به آیین گرمای‌داشت یاد درگذشتگان در سه شب منتهی به نیمه شعبان اطلاق می‌شود.

کنند. آن‌ها نسبت به همسایگان جنوبی خود برخورد سرد و خشک‌تری دارند که این مسأله در مناطق شمالی قزاقستان شدت بیشتری دارد. با این وجود ملاقات‌های کاری اغلب با برخوردی محترمانه، حرفه‌ای و توأم با صمیمیت همراه است. مردم قزاقستان معمولاً با همه ملیت‌ها در صورتی که برای آن‌ها مفید باشند، وارد تجارت می‌شوند. آن‌ها نسبت به زبان خود تعصب دارند و تمایل دارند در مذاکرات به جای زبان روسی به زبان قزاقی گفتگو کنند.

احترام به بزرگ‌ترها و سالمندان از دیگر خصوصیات اخلاقی مردم قزاقستان است. در جامعه قزاقستان افراد از کودکی یاد می‌گیرند که به بزرگ‌ترها و افراد با تجربه بیشتر احترام بگذارند. بزرگ‌ترها چه در منزل و چه در اجتماع مورد احترام هستند و معمولاً به تصمیماتی که از سوی آن‌ها گرفته می‌شود، احترام گذاشته می‌شود. احترام به افراد با جایگاه اجتماعی بالاتر هم‌چون معلمان نیز بسیار رایج است.

۴-۵- قدرت خرید مناطق مختلف



مناطق مختلف قزاقستان را می‌توان از منظر تولید ناخالص سرانه در پنج گروه طبقه‌بندی کرد. استان آتیرائو به عنوان یک منطقه نفتی و شهرهای آلماتی و آستانه به عنوان مهم‌ترین شهرهای قزاقستان که

ساخت و ساز زیادی در آن‌ها انجام می‌گیرد، از بیش‌ترین تولید ناخالص سرانه برخوردارند. استان‌های مانگستاو، قزاقستان غربی، پاولودار، آکتوبه و کاراگاندا نیز که تولیدکننده و فرآوری‌کننده هیدروکربن‌ها و منابع معدنی هستند، تولید سرانه‌ای بیش از تولید سرانه کشور دارند. بنابراین در مجموع ساکنین مناطق یاد شده از قدرت خرید بالاتری نسبت به سایر مناطق برخوردار هستند. در استان‌های کزیل‌اوردا و قزاقستان شرقی، بخش صنعت پیشرو است. تولید ناخالص سرانه این دو استان کمی پایین‌تر از تولید ناخالص سرانه کل کشور است. گروه چهارم، سه استان شمالی یعنی کوستانای، قزاقستان شمالی و آکمولا را شامل می‌شود که نقش مهمی در تولید محصولات کشاورزی به ویژه غلات داشته و در تولید محصولات معدنی نیز فعال هستند. مناطق گروه پنجم مناطقی هستند که از نظر توسعه صنعتی ضعیف بوده و بیش‌تر بر کشاورزی تمرکز دارند. جمعیت زیاد این نواحی نیز در پایین‌تر بودن درآمد سرانه آن‌ها تأثیرگذار بوده است. این مناطق شامل استان آلماتی (به جز شهر آلماتی)، ژامبیل و قزاقستان جنوبی می‌شود. بنابراین در این نواحی کالاهایی مورد توجه هستند که از قیمت پایین‌تر و البته کیفیت قابل قبول برخوردار باشند. در شهرهای آلماتی، آستانه و شهرهای شمالی که با فرهنگ روس‌ها عجین شده‌اند، کیفیت کالا اهمیت بیش‌تری دارد. در این شهرها مردم حاضرند برای دریافت کیفیت بالاتر، پول بیش‌تری بپردازند.

۵-۵- راهبردهای ورود به بازار قزاقستان

منظور از راهبردهای ورود به بازار، روش‌های مختلف رساندن کالا به بازار هدف و توزیع آن در میان مصرف‌کنندگان است. مشارکت با یک شریک خارجی، فروش کالا به واسطه‌های تجاری، فروش به توزیع‌کنندگان داخلی، بازاریابی و فروش مستقیم کالا در بازار هدف و نیز ایجاد دفاتر نمایندگی، برخی از این راهبردهاست. بدیهی است مهم‌ترین معیار در انتخاب راهبرد مناسب برای ورود به بازار، قیمت تمام شده محصول و برخورداری از مزیت رقابتی است. بنابراین صادرکنندگان علاوه بر برآورد دقیق قیمت تمام شده محصول خود، باید هزینه‌های شیوه‌های مختلف توزیع کالا در بازار هدف اعم از هزینه‌های حمل‌ونقل بین‌المللی، هزینه‌های گمرکی، عوارض، بیمه، هزینه حمل‌ونقل در داخل کشور هدف، سهم توزیع‌کنندگان و ... را برآورد نموده و با قیمت نمونه‌های مشابه در بازار مقایسه نمایند. اگرچه آمار و گزارش‌های موجود در برخی پایگاه‌های اینترنتی می‌تواند اطلاعاتی نسبی در خصوص کالاهای مشابه موجود در بازار قزاقستان ارائه کند، اما با توجه به ماهیت پویای بازارها و تغییرات دائمی آنها، برای کسب اطلاعات در خصوص قیمت و ویژگی‌های نمونه‌های موجود در بازار، تماس با تجار و فعالان اقتصادی ایرانی مقیم در قزاقستان و یا استعلام قیمت از توزیع‌کنندگان کالا در قزاقستان توصیه می‌شود.

به اعتقاد صادرکنندگان ایرانی، حضور مستقیم در کشور قزاقستان و یا همکاری با یک شریک مطمئن



ایرانی یا قزاقستانی در داخل این کشور، راهبرد مناسبی برای ورود به این بازار است که هم هزینه‌های کسب اطلاعات را کاهش می‌دهد و هم بازاریابی و فروش را تسهیل می‌کند. البته گزینه دیگر، استفاده از واسطه‌های تجاری قابل اعتماد و آشنا به بازار داخلی و قوانین گمرک قزاقستان است که توانایی ترخیص، دریافت و توزیع کالا را در این کشور داشته باشند. استفاده از این واسطه‌ها می‌تواند فرآیند صادرات را به مراتب ساده‌تر کند.

از دیدگاه صادرکنندگان، استفاده از توزیع‌کنندگان داخلی اولین و راحت‌ترین گام برای ورود به بازار قزاقستان است. توزیع‌کنندگان داخلی معمولاً توانایی ترخیص کالا از گمرک، معامله با عمده‌فروشان و خرده‌فروشان و همچنین بازاریابی مستقیم و فروش محصولات به دولت را دارند. در قزاقستان شرکت‌های پخش معتبری وجود دارند که در نقاط مختلف این کشور دفاتر نمایندگی و نیروهای بازاریاب دارند. این شرکت‌ها عموماً در زمینه پخش مواد غذایی، نوشیدنی‌ها، مواد بهداشتی، محصولات ساختمانی فعالیت دارند. اگر با افزودن سود ۱۰ تا ۱۵ درصدی این شرکت‌ها به قیمت، کالا همچنان از لحاظ قیمتی قابل رقابت باشد، می‌توان از این شرکت‌ها برای توزیع کالا استفاده کرد. در غیر این صورت لازم است کالا را بدون واسطه و با قیمت کم‌تری به بازار عرضه کرد. البته نباید فراموش کرد که قزاقستان یک کشور وسیع با تراکم جمعیت نسبتاً پایین است. از این رو شبکه توزیع باید قادر به توزیع کالا در تمام مناطق این کشور باشد.

در قزاقستان، دولت نیز خریداری عمده برای بسیاری از کالاها است. بنابراین فروش به دولت نیز یکی دیگر از راه‌های ورود به بازار این کشور محسوب می‌شود. وزارت دارایی سیاست‌های خرید را تدوین می‌کند و کمیته مسئول کنترل مالی و خرید دولتی مسئول اجرای قوانین و مقررات است. خرید دولت از طریق مناقصات رسمی که توسط سازمان‌های دولتی در سایت مناقصات اعلام می‌شود، صورت می‌گیرد. تنها شرکت‌های محلی که در قزاقستان به فعالیت تولیدی مشغول هستند، اجازه شرکت در مناقصات دولتی را دارند. این شرکت‌ها با دریافت کد کاربری و کلمه عبور می‌توانند وارد سایت شوند. البته در سال ۲۰۱۴ فروشندگان کشورهای عضو اتحادیه گمرکی اوراسیا برای شرکت در مناقصات خرید عمومی در شرایط مساوی با تأمین‌کنندگان داخلی اجازه حضور یافتند.

شرکت‌های خارجی در دو صورت امکان حضور در مناقصات دولتی را پیدا می‌کنند. مورد اول به کالاهایی مربوط می‌شود که در قزاقستان تولید نمی‌شوند و مورد دوم مناقصات سرمایه‌گذاری همانند پروژه‌های زیربنایی و راه‌سازی است. باید توجه داشت که اگر شرکتی در مناقصه برنده شود ولی کالای مورد نظر را تأمین نکند، با شکایت خریدار از سایت مناقصات حذف شده و از آن پس هرگز اجازه شرکت در مناقصه را نخواهد داشت. مقررات خرید دولتی قزاقستان در ظاهر به دنبال ارائه استانداردهای بین‌المللی برای

رسیدن به شفافیت و پاسخگویی است. اما آنچه در عمل اتفاق می‌افتد، متفاوت است. مشکلات مربوط به مهلت کوتاه برای مناقصه، عدم شفافیت در معاملات تجاری و مشکلات بازپرداخت کماکان به قوت خود باقی هستند.

۶-۵- قیمت‌گذاری کالاها در قزاقستان

قزاقستان در حال حرکت به سوی یک اقتصاد آزاد است و معمولاً محدودیت خاصی برای قیمت‌گذاری کالاها اعمال نمی‌کند. در این کشور، قیمت‌گذاری اغلب کالاها به جز بنزین کاملاً آزاد است. با این حال در قیمت‌گذاری کالاها باید چند نکته را مد نظر قرار داد. نخست این که در تعیین قیمت کالاها، علاوه بر هزینه‌های مرسوم همچون هزینه‌های حمل‌ونقل و انواع هزینه‌های گمرکی، باید ۲۵ درصد مالیات بر ارزش‌افزوده را در نظر گرفت. نکته دوم این که متناسب با روش مورد نظر برای توزیع کالا در بازار باید هزینه شبکه توزیع را در قیمت لحاظ کرد. به عنوان مثال همان‌طور که در بخش قبل گفته شد، در صورت تحویل کالا به شرکت‌های پخش، باید ۱۰ تا ۱۵ درصد سود برای این شرکت‌ها در نظر گرفت. نکته سوم این که در شرایط موجود در بازار قزاقستان، کالاهای ایرانی نسبت به کالاهای صادر شده از برخی کشورهای دیگر، قیمت تمام شده بالاتری خواهند داشت. یک دلیل این امر آن است که روسیه و سایر کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا برای صادرات به قزاقستان، عوارض گمرکی نمی‌پردازند و همین مساله قدرت رقابت کالای ایرانی را کم می‌کند. توافق این اتحادیه اقتصادی از ژانویه ۲۰۱۵ لازم‌الاجرا شده است. نکته چهارم این که قزاقستان بعد از پیوستن به سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۱۵، برای تطبیق دادن قوانین تجاری خود با استانداردهای سازمان تجارت جهانی پنج سال فرصت دارد. از این‌رو انتظار می‌رود به تدریج تعرفه واردات برخی کالاها که پیش از این افزایش یافته بود، کاهش یابد. هم‌اکنون نیز با توجه به نتایج مذاکرات سازمان تجارت جهانی، قزاقستان تعرفه‌های وارداتی را برای بیش از ۳ هزار کالا آزاد کرده است و انتظار می‌رود تعرفه محصولات کشاورزی به‌طور چشم‌گیری از ۱۶/۷ درصد به ۷/۶ درصد کاهش یابد. نکته پنجم به آزاد شدن نرخ ارز در این کشور مربوط می‌شود که در فصول گذشته درباره آن بحث شد. آزاد شدن نرخ ارز در قزاقستان با تضعیف پول ملی همراه بوده و در مجموع باعث شده کالاهای وارداتی نسبت به قبل گران‌تر شود.

۷-۵- انتخاب نام تجاری و تبلیغات

در ورود به بازاری با تقاضای پایدار، معرفی صحیح کالا اهمیت زیادی دارد. اکثر مردم قزاقستان به نام‌های تجاری کالاهای مصرفی توجه می‌کنند. این مصرف‌کنندگان هنگام خرید کالا، به نام‌های تجاری که به تولید کالاهای باکیفیت شهره هستند، بسیار اهمیت می‌دهند و حاضرند در مقایسه با سایر کالاها، قیمت



بیش‌تری را برای این کالاها بپردازند. در انتخاب یک نام تجاری باید توجه کرد که نام تجاری انتخاب شده در زبان قزاقی به چه معناست. نام‌های تجاری آشنا و پرمعنا در زبان فارسی، لزوماً برای بازار قزاقستان مناسب نیستند. به گفته فعالان اقتصادی ایرانی، در کشور قزاقستان استفاده از کلمه «نور» در انتخاب نام‌ها بسیار متداول است و ترکیب‌های اسمی که کلمه نور را شامل می‌شوند، در نزد مردم جذابیت دارند.

تبلیغات تلویزیونی و اینترنتی موثرترین نوع تبلیغات در قزاقستان محسوب می‌شوند. در سراسر قزاقستان تعداد زیادی آژانس تبلیغاتی وجود دارد. تنها در آلماتی بیش از ۱۲ آژانس تبلیغاتی محلی و چندین بنگاه تبلیغاتی غربی مشغول به کار هستند. از منظر نفوذ اینترنت در تمامی شهرهای بزرگ دسترسی به اینترنت وجود دارد و در حال حاضر ۱۰ میلیون کاربر اینترنت در این کشور وجود دارد.

آگاهی از علایق مردم و نمادهای ملی برای ساخت یک تیزر تبلیغاتی موثر بسیار اهمیت دارد. در این خصوص باید اشاره کرد که رنگ پرچم قزاقستان (آبی، زرد یا طلایی) رنگ مورد علاقه قزاقستانی‌ها و پرند مورد علاقه آن‌ها عقاب است. ورزش مورد علاقه مردم قزاقستان بوکس و اسب‌سواری است. به‌علاوه مردم این کشور از موسیقی‌هایی با ریتم تند لذت می‌برند. بنابراین استفاده از چنین عناصری در یک تیزر تبلیغاتی می‌تواند جذابیت بیش‌تری برای مخاطبان ایجاد کند. از آن‌جا که به لحاظ تاریخی قزاقستانی‌ها مردمی کوچ‌نشین بوده‌اند، استفاده از عناصر مرتبط با کشاورزی، درخت و یا سبزه در تیزرهای تبلیغاتی برای آن‌ها چندان جذاب نیست. در پیام‌های تبلیغاتی بهتر است از دو زبان روسی و قزاقی استفاده شود. تبلیغات الکل، شیر خشک، محصولات دارویی، خدمات پزشکی و کالاهایی که در داخل کشور تایید نشده است، ممنوع است. تبلیغ تنباکو نیز تنها به‌صورت چاپی مجاز است.

ارائه کالا در نمایشگاه‌های تخصصی از دیگر روش‌های معرفی کالاهاست. یکی از مزایای شرکت در نمایشگاه امکان بررسی کیفیت کالاها از نزدیک توسط مشتریان است. با این حال با توجه به این‌که در مقایسه با ایران، جمعیت قزاقستان و همچنین تعداد تولیدکنندگان آن کم‌تر است، تعداد بازدیدکنندگان از نمایشگاه‌ها نیز کم‌تر است.

به اعتقاد ایرانیان فعال در بازار قزاقستان، یکی از ضعف‌های اصلی کشور در صادرات به قزاقستان، توجه ناکافی به برندسازی است. بی‌توجهی به مقوله برندسازی نه تنها سبب کاهش صادرات کالاهای مرغوب و قابل رقابت کشور شده است، که بیم آن می‌رود با سودجویی برخی صادرکنندگان کشورهای همسایه، موجبات بدنامی کالاهای ایرانی را در بازار قزاقستان فراهم آورد. به گفته یکی از صادرکنندگان کشور، در حال حاضر برخی تجار تاجیک، کم‌کیفیت‌ترین پسته‌های ایرانی را به دلیل قیمت ارزان‌تر از کشور می‌خرند و پس از افزودن ناخالصی‌هایی همچون پوست پسته، آن را به قزاقستان صادرات مجدد می‌کنند.

پیداست در صورت تداوم چنین رویه‌هایی، کالاهای با بیش‌ترین مزیت صادراتی کشور در بازار قزاقستان، بدنام خواهند شد.

به اعتقاد برخی صادرکنندگان کشور، با توجه به تقاضای بالای بازار قزاقستان برای انواع خشکبار و شیرینی‌جات، توجه به برندسازی به‌ویژه در محصولات چون خرما، پسته، انواع گز و شیرینی‌جات ایرانی در رده‌های کیفی مختلف و متناسب با گروه‌های درآمدی مختلف، نه تنها از سودجویی و بدنام ساختن کالاهای صادراتی سنتی ایران جلوگیری می‌کند، که با معرفی بهتر محصولات کشور به بازار قزاقستان، درآمد صادراتی کشور را نیز افزایش خواهد داد. آن‌چه بر اهمیت برندسازی در بازار قزاقستان می‌افزاید این است که ورود حساب شده به بازار قزاقستان به‌ویژه مناطق شمالی این کشور، می‌تواند زمینه‌ای مناسب برای ورود کالاهای ایرانی به شهرهای جنوبی روسیه باشد که هم از قدرت خرید بالایی برخوردارند و هم به دلیل سرمای زیاد و موقعیت جغرافیایی دسترسی کم‌تری به بازارهای دیگر دارند.

۸-۵- مجوزها، بسته‌بندی و برچسب‌گذاری کالا

پیش از صادرات کالا به قزاقستان لازم است اطلاعات شرکت‌های تولیدکننده و همچنین نام تجاری کالاهایی که با بدن انسان در تماس هستند از قبیل مواد خوراکی، مواد بهداشتی، لباس، رنگ‌های ساختمانی و لوازم آرایشی به ثبت برسد. در فرآیند ثبت کالا، یک کد اختصاصی به کالا تعلق می‌گیرد. برای ثبت این کالاها ابتدا باید مدارک شرکت صادرکننده به زبان روسی ترجمه شود و در قزاقستان به ثبت برسد. آنگاه می‌توان کالا را به سایر کشورهای عضو اتحادیه اوراسیا صادر کرد.

در مقام مقایسه باید گفت در ایران بررسی کالا توسط اداره استاندارد به شکل دقیق‌تری انجام می‌شود و حساسیت قزاقستان نسبت به کالاهای وارداتی کم‌تر از ایران است. بنابراین ثبت کالا نیز در این کشور راحت‌تر است. همان‌طور که در فصل‌های پیش اشاره شد، بازار قزاقستان بازاری آزاد است و همین امر موجب شده تا از یک سو برندهای خارجی زیادی در این بازار حضور یابند و از سوی دیگر سلاقی مصرف‌کنندگان به سمت بسته‌بندی‌های مناسب متمایل شود. به عنوان یک اصل بازاریابی اگر صادرکننده کالایی با کیفیت و بسته‌بندی مناسب ارائه دهد، در بلندمدت بیش‌تر مورد استقبال قرار می‌گیرد. نوع بسته‌بندی با توجه به ماهیت کالاها متفاوت است. اما مردم قزاقستان بیش‌تر ترجیح می‌دهند کالاهایی را خریداری کنند که دارای بسته‌بندی شفاف بوده و محتویات آن از روی بسته‌بندی تا حدی قابل تشخیص باشد.

لازم است کالاها به دو زبان قزاقی و روسی برچسب‌گذاری شده و یک برچسب به زبان قزاقی در قسمت بالای بسته‌بندی نصب شود. برچسب‌ها باید جزئیاتی شامل نام کالاها، کشور مبدأ، تولیدکننده و برای مواد



غذایی تاریخ تولید و انقضاء، دستورالعمل نگهداری و ذخیره‌سازی و اطلاعات ارزش غذایی را در بر بگیرند.

۹-۵- سیستم بانکی و انتقال پول

بانک‌های قزاقستان روابط خوبی با بانک‌های اروپایی و بانک‌های ایالات متحده آمریکا دارند. نقل و انتقال پول بین این بانک‌ها به راحتی انجام می‌شود. ولی متأسفانه ارتباط بانکی از این طریق بین ایران و قزاقستان هنوز ایجاد نشده و مشکل تحریم بانک‌ها به طور کامل رفع نشده است. اما تلاش دولت‌های ایران و قزاقستان این است که موانع ارتباط بین بانک‌ها هر چه سریع‌تر برداشته شود. بنابراین در حال حاضر برای انتقال پول نیاز به وجود واسطه‌ای است که این واسطه می‌تواند بانکی در یک کشور ثالث همانند روسیه و یا ترکیه باشد. وجود صرافی‌ها در قزاقستان نیز موجب سهولت در انجام مبادلات ارزی شده است.

۱۰-۵- حمل و نقل کالاها

در حمل و نقل کالاها، مدیریت زمان از نقطه نظر کاهش در هزینه‌ها و نیز حفظ کیفیت کالاها اهمیت زیادی دارد. حمل کالا به مقصد قزاقستان از چهار طریق صورت می‌گیرد: خطوط ریلی، خطوط جاده‌ای، مسیر دریایی و مسیر هوایی. شیوه ارسال کالا بسته به نوع کالا، وزن، ارزش، درجه فساد پذیری، مبدأ و مقصد بارگیری می‌تواند، متفاوت باشد. اگر مبدأ استان خراسان باشد، کالا باید از مسیر سرخس بارگیری شود. از طرفی از آنجا که حمل و نقل ریلی در ایران گران‌تر از حمل و نقل جاده‌ای است، معمول است ابتدا محموله مورد نظر از سایر استان‌های کشور تا استان خراسان رضوی از طریق جاده حمل شده و پس از آن از طریق راه‌آهن ارسال شود. البته بارهای گران‌قیمت و فسادپذیر باید به وسیله ماشین یا هواپیما حمل شوند تا سریع‌تر به مقصد برسند. مسیر دریایی از بندر امیرآباد به بندر آکتائو می‌رسد. اگر مقصد کالا غرب قزاقستان باشد بهتر است بار از این مسیر ارسال شود.

قزاقستان سرزمینی است که پذیرای اقوام زیادی بوده است. از این رو بیش‌تر شهرها به منظور دفاع از مرزها در حاشیه کشور شکل گرفته‌اند. با توجه به گستردگی این کشور و فاصله زیاد بین شهرها، حمل و نقل ریلی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همچنین شرایط خاص آب و هوایی قزاقستان و سرمای طاقت‌فرسای آن با فرسایش شدید مسیرهای جاده‌ای باعث شده است که هزینه تعمیر و نگهداری خطوط ریلی به مراتب کم‌تر از خطوط جاده‌ای باشد. قدمت راه‌آهن در این کشور به دوران شوروی سابق برمی‌گردد. ریل‌ها در بسیاری از موارد تا داخل کارگاه‌های تولیدی امتداد یافته‌اند تا از هزینه‌های مربوط به بارگیری و حمل مجدد کالا از کارگاه تا ایستگاه راه‌آهن و بالعکس کاسته شود. حمل و نقل بار از ایران به قزاقستان از دو مسیر ریلی سرخس تا شیمکنت در جنوب قزاقستان و گرگان تا جنوب غربی قزاقستان صورت می‌گیرد.

احداث راه‌آهن ترکمنستان، باعث حذف کشور ازبکستان از میانه ارتباط ایران و قزاقستان شده است. با حذف کشور ازبکستان بسیاری از هزینه‌های مربوط به اخذ مجوزها و هزینه‌های جانبی کاهش یافته است. در مقابل به دلیل نقایص فنی این مسیر، حمل بار با واگن‌های روسی ممکن نیست. مسیر ریلی برای حمل کالاهای خام و سنگین و نیز کالاهایی که درجه فسادپذیری کم‌تری دارند، مناسب است.

حمل‌ونقل جاده‌ای در قزاقستان با آن‌چه در ایران موجود است، تفاوت دارد. در ایران شرکت‌های حمل‌ونقل در زمینه حمل جاده‌ای کالاها فعال هستند. در حالی که در قزاقستان چنین شرکت‌هایی وجود ندارد و برای حمل بار باید از رانندگان شخصی که در محل‌های مخصوص حضور دارند، استفاده کرد. در مجموع قیمت حمل‌ونقل جاده‌ای قزاقستان از ایران ارزان‌تر یا حداقل مشابه آن است.

حمل‌ونقل هوایی در قزاقستان ارزان نیست. از این‌رو حمل بسیاری از کالاها همانند مواد خام با هواپیما ممکن است به صرفه نباشد. می‌توان کالاهایی همانند گل را که هم سبک است و هم به سرعت پژمرده می‌شود با هواپیما جابه‌جا کرد. در این موارد هم ترخیص کالا و هم تحویل آن به مصرف‌کنندگان سریع‌تر انجام می‌شود.

در حال حاضر سیستم حمل‌ونقل داخلی ایران نیز از بهره‌وری کافی برخوردار نیست. بوروکراسی و عدم وجود امکانات، نبود زیرساخت‌های کافی و شرکت‌های متخصص در ایران، ترانزیت کالا را با مشکل مواجه کرده است. بنادر نیز از نظم قابل قبولی برخوردار نیستند و کالاها زمان زیادی در بنادر متوقف می‌شوند. نوسانات قیمت نیز موجب شده است که کشور در ترانزیت کالا ضعیف عمل کند. در صورت رفع چنین مشکلاتی، نیاز ژئوپلیتیک قزاقستان برای دسترسی به خلیج فارس و ترانزیت کالا از طریق ایران دو چندان خواهد شد.

۱۱-۵- فساد اداری

بر اساس گزارش‌های سازمان شفافیت بین‌الملل^{۱۹۰}، فساد در قزاقستان در پروژه‌های قضایی، انتظامی، گمرک، ثبت زمین، صدور مجوز و همچنین ساخت و ساز رایج است. قزاقستان در شاخص سالانه ادراک فساد^{۱۹۱} رتبه ۱۲۳ را در بین ۱۶۸ کشور جهان به خود اختصاص داده و در گروه کشورهای با وضعیت نه چندان رضایت بخش از نظر فساد قرار دارد. در عین حال و در مقام مقایسه با سایر کشورهای آسیای مرکزی، این کشور در کنار قرقیزستان بهترین وضعیت را دارند. با توجه به رواج فساد و پرداخت‌های غیرقانونی، دولت قزاقستان در تلاش است با ایجاد قوانین و تغییر شرایط، فساد اداری را تا حد امکان کاهش دهد. در همین راستا قانون کیفری جدیدی از ژانویه ۲۰۱۵ در قزاقستان به اجرا گذاشته شده که

190 . Transparency International

191 . Corruption Perception Index



بر اساس آن مجازات فساد تشدید شده است و مواردی همچون محرومیت مادام‌العمر از مشاغل دولتی را برای افراد متهم به فساد شامل می‌شود. درست کمی پیش از اجرای این قانون، حکم مبارزه با فساد در دسامبر ۲۰۱۴ توسط شخص رئیس جمهور امضا شد. افزایش منظم دستمزدهای کارمندان دولت، شفافیت سیستم خدمات دولتی و الزاماتی برای شفافیت حقوق و هزینه‌های کارکنان دولتی از مصادیق مبارزه با فساد در این کشور محسوب می‌شوند. اجرای این قوانین از شدت فساد نسبت به گذشته کاسته است. اما در برخی موارد همچنان پرداخت‌های غیرقانونی رواج دارد. درخواست رشوه در گمرک نسبتاً رایج است و در صورتی که این خواسته غیرقانونی برخی کارکنان نادیده گرفته شود، احتمال ایجاد وقفه در کار تاجران و نگره داشتن بار در گمرک وجود دارد. هر چند امکان بازخواست افراد متخلف و پیگرد قانونی از طریق محاکم قضایی وجود داد اما انجام این کار موجب نگهداری محموله به مدت طولانی‌تری در گمرک می‌شود.

۱۲-۵- فرصت‌های سرمایه‌گذاری در قزاقستان

قزاقستان سرزمین فرصت‌هاست. وجود زمین و منابع معدنی فراوان در کنار پایین بودن سطح مهارت و کمبود نیروی کار متخصص باعث شده که در سال‌های اخیر دولت نگاه ویژه‌ای به سرمایه‌گذاری داشته باشد و تلاش خود را بر جذب سرمایه‌های خارجی متمرکز کند. برای نمونه اداره سرمایه‌گذاری این کشور، پروژه‌هایی را به سرمایه‌گذاران خارجی پیشنهاد می‌دهد. بانک مرکزی این کشور نیز سرمایه‌های خارجی افراد را بیمه می‌کند.

زمینه‌های سرمایه‌گذاری در قزاقستان به‌ویژه در بخش کشاورزی به‌طور قابل قبولی فراهم شده است. قزاقستان با مساحت ۲۷۰۰ کیلومترمربع و زمین فراوان در تولید محصولات کشاورزی مزیت نسبی دارد. به‌طور معمول حداقل مساحت زمین‌های کشاورزی در قزاقستان، هزار هکتار است. زمین‌ها با مقیاس بزرگ خرید و فروش می‌شوند و واحد زمین به‌جای متر، صد متر است. فروش ۱۰۰ درصد مالکیت زمین به شرکت‌های خارجی امکان‌پذیر است. اما این برای اشخاص خارجی امکان‌پذیر نیست. با توجه به کمبود آب در ایران و در نظر داشتن این نکته که تولید هر کیلو گندم بین ۸۰۰ تا ۱۰۰۰ لیتر آب مصرف می‌کند، کشاورزان ایرانی می‌توانند با کشت فراسرزمینی هم از تولید محصول کشاورزی سود برده و هم در مصرف آب صرفه‌جویی کنند. بر اساس برآوردها میانگین نزولات جوی سالانه در قزاقستان در حدود ۷۰۰ میلی‌متر است. ضمن این‌که آب و هوای قزاقستان برای کاشت محصولات دیگر همانند جو، دانه کتان، آفتابگردان در نیمه اول سال مناسب است.

مزیت قزاقستان در سرمایه‌گذاری بخش کشاورزی به فراوانی زمین و آب و هوای مناسب ختم نمی‌شود. این کشور با وجود منابع غنی کشاورزی، محصولات لبنی و تخم مرغ خود را وارد می‌کند. این در حالی است

که دولت برای سرمایه‌گذاری در این بخش یارانه پرداخت می‌کند. به عنوان مثال در مورد برخی کالاهای کشاورزی همانند چغندر به ازای کاشت هر هکتار مبلغی توسط دولت به عنوان یارانه پرداخت می‌شود.

در برخی پروژه‌ها همانند ساخت گلخانه، دولت به منظور حمایت از اولویت‌های سرمایه‌گذاری با اختصاص یارانه به سرمایه‌گذاران تا ۳۰ درصد سرمایه اولیه را به آن‌ها برمی‌گرداند. یارانه سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها حداکثر تا ۳۰ درصد هزینه‌های تجهیز و راه‌اندازی را بدون احتساب مالیات بر ارزش افزوده و مالیات غیر مستقیم شامل می‌شود. نحوه و حجم پرداخت سالانه یارانه در طی قرارداد سرمایه‌گذاری تعیین می‌شود. برای درخواست یارانه سرمایه‌گذاری در بخش‌های دارای اولویت لازم است طرح توجیهی موافقت شده توسط کارشناسان دولتی به انضمام فرم درخواست یارانه تسلیم شود.

در بخش دامداری نیز هزینه نگهداری دام در قزاقستان نسبت به ایران به مراتب کم‌تر است و سرمایه‌گذاری در این بخش می‌تواند ارزش افزوده زیادی برای سرمایه‌گذار ایجاد کند. در قزاقستان دامداری صنعتی با تعداد دام بالاتر از هزار رأس به ندرت یافت می‌شود. علاوه بر این، به ازای هر کیلو گوشت تولید شده از طریق دامداری به تولیدکننده یارانه تعلق می‌گیرد. تولید گوشت نیز ارزش افزوده قابل توجهی را در بر خواهد داشت. در قزاقستان قیمت خوراک دام به‌طور میانگین، یک چهارم قیمت ایران است. دولت برای تولید تخم مرغ نیز یارانه پرداخت می‌کند. در کنار این حمایت‌ها دولت وام‌هایی را برای تولید در نظر گرفته و بعضاً نصف بهره وام را خود پرداخت می‌کند. بسیاری از شرکت‌های خارجی نیز در زمینه لبنیات و بسته‌بندی در قزاقستان سرمایه‌گذاری کرده‌اند. شرکت‌های لیزینگ نیز ماشین‌های کشاورزی را با بهره و اقساط مناسب در اختیار متقاضیان قرار می‌دهند.

همانند پرورش دام و طیور، محصولات گلخانه‌ای ایران هم از پتانسیل قابل توجهی برخوردارند. به عنوان مثال کشور روسیه، برای تولید محصولاتی که پرورش آن در این کشور به دلیل برودت شدید هوا امکان‌پذیر نیست، در شهر شیمکنت قزاقستان گلخانه ایجاد کرده است. این گلخانه زیر نظر مشاوران هلندی اداره می‌شود. با توجه به این‌که ایران نیز در تولید محصولات گلخانه‌ای از دانش و پتانسیل کافی برخوردار است، راه‌اندازی گلخانه‌ها از زمینه‌های مناسب سرمایه‌گذاری در قزاقستان محسوب می‌شود.

در قزاقستان، معدن طلا در انحصار دولت است. ولی معادن دیگر همانند سنگ و کلسیم را می‌توان خریداری کرد. در بخش معدن قزاقستان بسیاری از محصولات را می‌توان استخراج و به ایران یا کشورهای دیگر صادر کرد. با توجه به کوچک بودن بازار داخلی قزاقستان برای محصولات معدنی، تولید محصولات معدنی این کشور عمدتاً با محوریت صادرات انجام می‌شود. صنایع تبدیلی و بازیافت نیز یکی دیگر از زمینه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری در قزاقستان به حساب می‌آیند. بازار قزاقستان در این صنعت تقریباً فعالیت قابل توجهی ندارد.



ورود به بازار خدمات فنی مهندسی کمی مشکل است. شرکت‌های روسی در ارائه این خدمات تقریباً پیش‌تاز هستند. به طوری که اصطلاحات روسی نیز در این حیطه بسیار جا افتاده است. لازم است شرکت‌های فنی مهندسی با رویکرد بلندمدت و بررسی همه جوانب به این بازار ورود پیدا کنند.

۱۳-۵- فرصت‌های تجاری در قزاقستان

بررسی توانمندی‌ها و نیازهای دو کشور ایران و قزاقستان در زمینه اقتصادی و مقایسه آن با یکدیگر، فعالین اقتصادی را به درک صحیح‌تر از فرصت‌های تجاری موجود میان دو کشور رهنمون می‌سازد. یکی از مهم‌ترین این فرصت‌ها استفاده از مزیت نسبی تولید گندم در قزاقستان است. پیش از این بیان شد که قزاقستان با توجه به منابع آبی مناسب و هزینه‌های تولید پایین‌تر، در تولید گندم و سایر غلات مزیت دارد. برخلاف غلات، تولید انواع میوه‌ها همانند انگور تازه، هلو و شلیل، انواع صیفی‌جات و سبزیجات همانند گوجه فرنگی، انواع کلم، خیار، پیاز، موسیر و فلفل در قزاقستان کافی نبوده و این کشور وارد کننده این محصولات خوراکی است.

در میان سایر محصولات کشاورزی، گل رز واردات قابل توجهی دارد. تقاضای این نوع گل در مناسبت‌هایی همچون روز زن، ولنتاین و جشن‌های سال نو به شدت افزایش می‌یابد و این نیاز عمده‌تاً از طریق واردات تأمین می‌شود.

همان‌طور که اشاره شد، در حدود ۲/۹ میلیارد دلار از تقاضای بازار داخلی محصولات غذایی قزاقستان از طریق واردات تأمین می‌شود. بیش‌ترین نیازهای وارداتی قزاقستان در گروه مواد غذایی، قطعات منجمد مرغان خانگی، شکر خام، شکلات و فرآورده‌های گوناگون از کاکائو، شیرینی و بیسکوئیت، قند و شکر تصفیه شده، شیر خشک، سوسیس و فرآورده‌های مشابه است.

بازار دارو نیز در قزاقستان به عنوان یک بازار بزرگ، فرصت‌های تجاری قابل توجهی را پیش روی بازرگانان قرار داده است. هر چند در این بازار کشورهای آلمان، فرانسه، هند و روسیه و سایر کشورهای پیشرفته اروپایی حضور پر رنگی دارند، اما تمرکز پایین این بازار از امکان حضور سایر کشورها حکایت دارد.

در بسیاری از مناطق قزاقستان به‌ویژه در جنوب این کشور کشاورزی رواج دارد. قزاقستان در این بخش واردکننده انواع علف‌کش، کود و ماشین‌آلات کشاورزی است. بازار انواع علف‌کش‌ها در این کشور در زمره بازارهای رقابتی بوده و ورود به آن به نسبت ساده می‌باشد. قزاقستان در زمینه کود و ترکیبات ازت به عنوان یکی از مواد اولیه کشاورزی، وابسته به واردات است. بنابراین با توجه به صادرات ۸۰۰ میلیون دلاری انواع کود از ایران، کشور ما می‌تواند به یکی از صادرکنندگان کود به قزاقستان تبدیل شود.

فرسودگی ماشین‌آلات در بخش کشاورزی قزاقستان و تولید داخلی ناچیز آن‌ها، فرصت‌های تجاری مناسبی

برای صادرات انواع ماشین‌آلات همانند کمباین و تراکتور، ماشین بذرپاش پنوماتیک، ماشین درو، سم‌پاش، تکنولوژی‌های مرتبط با خشک و تمیز کردن غلات، تجهیزات ذخیره‌سازی غلات و سیستم‌های کنترل کیفیت ذخیره‌سازی، تکنولوژی‌های صرفه‌جویی در آب، خدمات طراحی و مهندسی برای مجتمع‌های خوراک دام و امکانات فرآوری در مزرعه را پیش روی فعالان اقتصادی قرار می‌دهد.

فرسودگی تکنولوژی‌های مورد استفاده در بخش معدن نیز قزاقستان را به بازاری جذاب برای تأمین‌کنندگان تجهیزات و ماشین‌آلات استخراج تبدیل کرده است. بولدوزر، تجهیزات حفاری، ماشین‌های حفاری چاه، جرثقیل، ماشین‌آلات خرد کردن و پودرساز، ماشین‌آلات لایروبی، بیل هیدرولیکی، ماشین‌آلات و تجهیزات استخراج سنگ معدن، آسانسور، کمپرسور، آسیاب و غیره مهم‌ترین ماشین‌آلات مورد نیاز در بخش معدن این کشور است.

در حال حاضر بخش قابل توجهی از شرکت‌های استخراج، پردازش و ذوب قزاقستان، از تجهیزات فرسوده‌ای استفاده می‌کنند که اغلب نیاز به تعمیرات دارند. تقریباً تمام این تجهیزات فاقد فن‌آوری‌های سازگار با محیط زیست هستند. قزاقستان فاقد صنایع ماشین‌آلات استخراج معدن است و در این زمینه به شدت وابسته به واردات است. از این‌رو، شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات معدن، نگاه ویژه‌ای به بازار قزاقستان دارند. در بخش استخراج نفت و گاز نیز، قزاقستان نیازمند ماشین‌آلات و تجهیزات حفاری، تجهیزات سر چاه نفت، درخت کریسمس، سوپاپ، پمپ، موتور، کمپرسور، پمپ‌های الکتریکی و پمپ جت است.

در یک دهه اخیر، با بهبود وضعیت اقتصاد قزاقستان و رشد ساخت‌وساز و بازسازی مسکن، تقاضا برای تجهیزات و مصالح ساختمانی همچون انواع کاغذهای دیواری، انواع رنگ و کالاهای مشابه، نئوپان و کفپوش چوبی افزایش یافت و واردات این محصولات شدت گرفت. اما رکود اقتصادی سال‌های اخیر، تأثیری منفی بر بازار مسکن و به تبع آن تقاضای این محصولات گذاشته است. انتظار می‌رود با خروج بخش ساخت و ساز از رکود، واردات انواع مواد و مصالح ساختمانی مجدداً افزایش یابد.

در بازار پوشاک، با توجه به جمعیت جوان قزاقستان و گرایش این گروه به داشتن ظاهر مناسب و پوشاک مد روز، پیش‌بینی می‌شود واردات انواع لباس کماکان رشد داشته باشد. علاوه بر انواع لباس، فرش و کفپوش از مواد نسجی سنتتیک یا مصنوعی از مهم‌ترین اقلام وارداتی گروه منسوجات قزاقستان است.

با توجه به تولید اندک کفش در قزاقستان، تقریباً تمام نیاز این کشور از طریق واردات تأمین می‌شود. از این رو بازار کفش یکی از فرصت‌های تجاری جذاب در قزاقستان محسوب می‌شود. تنها در سال ۲۰۱۴ قزاقستان بالغ بر ۶۰۰ میلیون دلار انواع کفش وارد کرده است.

مواد پلاستیکی اولیه، محصولات پلاستیکی و محصولات لاستیکی از جمله موادی هستند که کاربرد بسیار



وسعی دارند. در سال‌های اخیر قزاقستان در گروه مواد پلاستیکی اولیه، لاستیک مصنوعی و محصولات آن واردات قابل توجهی داشته است.

افزایش درآمد و بهبود سطح زندگی با افزایش تمایل به رعایت بهداشت و آراستگی تقاضای انواع صابون، پاک‌کننده‌ها و عطر را افزایش داده است. کسری تراز تجاری قزاقستان در این نوع کالاها قابل توجه است. در سال ۲۰۱۴ قزاقستان ۶۰۴ میلیون دلار انواع صابون، پاک‌کننده، عطر و محصولات بهداشتی وارد کرده است.

افزایش استانداردهای زندگی، سبک مدرن زندگی و شهرنشینی در کنار تمایل به راحتی و صرفه‌جویی در وقت، به تقاضای استفاده از پوشک‌های کامل و انواع دستمال کاغذی افزوده است. تقاضای واردات برای چنین محصولاتی که در حال حاضر ایران توانایی تولید آنها را دارد، فرصت مناسبی برای گسترش بازار این محصولات در قزاقستان پیش روی تولیدکنندگان و صادرکنندگان کشور قرار می‌دهد.

تولید داخلی بسیار کم انواع مبلمان و سرویس خواب در قزاقستان و کیفیت پایین آنها باعث شده که این کشور عمده نیاز خود را از طریق واردات تأمین کند. در این بازار نیز با توجه به توانایی تولیدکنندگان کشور در تولید محصولات منطبق با مد روز و کیفیت قابل قبول، فرصت‌های مناسبی برای گسترش بازار وجود دارد.

۱۴-۵- جمع‌بندی

در این فصل تلاش شد تا با بهره‌گیری از نظرات صادرکنندگان موفق در بازار قزاقستان به ارائه برخی نکات مهم و کاربردی در فرآیند صادرات به قزاقستان پرداخته شود. آشنایی با خصوصیات فرهنگی مردم قزاقستان و تعیین نگرش آن‌ها به ایرانیان و کالاهای ایرانی از مهم‌ترین محورهایی بود که در فصل پنجم بدان اشاره شد. نتایج این بخش به روشنی توصیه می‌کند که در حین مذاکرات و گفت‌گو با طرف قزاق نباید فراموش کرد که مردم قزاقستان روحیه خشک و خشن‌تری نسبت به مردم کشورهای جنوبی خود دارند و ترجیح می‌دهند در مذاکرات خود صریح و بدون تعارف درباره مسائل صحبت کنند. قزاقستانی‌ها تلقی مثبتی نسبت به ایرانیان دارند که این امر می‌تواند با تأثیر گذاری بر طرف معامله زمینه ساز تبادلاتی نتیجه‌بخش باشد. ارائه تحلیلی از قدرت خرید مناطق مختلف به عنوان معیاری از مصرف کالاها از محورهای دیگری بود که در فصل پنجم به آن اشاره شد. بدیهی است میزان موفقیت صادرکنندگان در فروش کالاهای خود به میزان تناسب بین قیمت کالای صادراتی و درآمد مردم هر استان بستگی دارد. بر اساس یافته‌های این پژوهش، قدرت خرید مردم در مناطق غربی و مرکزی نسبتاً بیش‌تر و در مناطق غیرصنعتی جنوب که کشاورزی در آن‌ها رواج دارد کم‌تر است. از این منظر برای ساکنین جنوبی قزاقستان قیمت از درجه اهمیت بالاتری برخوردار است. بدیهی است در تعیین قیمت علاوه بر تفاوت‌های درآمدی می‌بایست، تعرفه، هزینه‌های حمل و نقل و توزیع کالا و مالیات را در نظر گرفت. انتخاب بهترین راهبرد ورود به بازار قزاقستان، انتخاب نام تجاری، تبلیغات، بسته‌بندی و نحوه برچسب‌گذاری کالاها نیز از مواردی هستند که آگاهی به آن‌ها قبل از ورود به بازار قزاقستان از ضررهای احتمالی خواهد کاست. در ورود مستقیم به بازار قزاقستان، استفاده از توزیع‌کنندگان داخلی و یا سایر روش‌ها، اولین و مهم‌ترین اصل انتخاب روشی امن با کم‌ترین هزینه است. لازم است نام تجاری، تبلیغات و بسته‌بندی در همخوانی با فرهنگ، سلیقه و نمادهای ملی این کشور تعریف گردد. علاوه بر این صادرکننده ملزم است کالاها را به دو زبان قزاقی و روسی برچسب‌گذاری نماید. برچسب‌ها باید جزییاتی شامل نام کالاها، کشور مبدأ، تولیدکننده و برای مواد غذایی تاریخی تولید و انقضاء، دستورالعمل نگهداری و ذخیره‌سازی و اطلاعات ارزش غذایی را در بر بگیرند. برای نقل و انتقال پول بین ایران و قزاقستان نیز، باید از یک بانک واسطه استفاده کرد. انتخاب روش مناسب حمل کالا به مقصد بسته به نوع کالا، وزن، ارزش، درجه فساد پذیری، مبدأ و مقصد بارگیری می‌تواند از بین طرق مختلف یعنی استفاده از خطوط ریلی، خطوط جاده‌ای، مسیر دریایی و مسیر هوایی صورت گیرد. در انتخاب صحیح شیوه ارسال کالا مدیریت زمان از نقطه نظر کاهش در هزینه‌ها و نیز حفظ کیفیت کالاها اهمیت این مرحله از صادرات را دوچندان می‌کند. علاوه بر موارد یاد شده وضعیت فساد از مباحثی بود که در این فصل به آن اشاره شد. بر اساس یافته‌های این مطالعه با وجود



تلاش دولت در کاهش فساد، پرداخت‌های غیرقانونی کماکان در این کشور رواج دارد و بعضاً منجر به بالا رفتن هزینه‌های صادرات کالا به این کشور خواهد شد. بنابراین صادرکنندگان نباید از هزینه‌های احتمالی ناشی از فساد در محاسبات خود غفلت کنند. در بخش پایانی فصل مهم‌ترین فرصت‌های سرمایه‌گذاری و تجاری در قزاقستان از دید فعالین اقتصادی معرفی شد. معرفی این فرصت‌ها سرمایه‌گذاران و صادرکنندگان را به سمت فعالیت در حوزه‌هایی با بازدهی بالاتر رهنمون می‌سازد.

در بخش پیوست این کتاب ظرفیت‌های تجاری در کشور قزاقستان به تفکیک کدهای اچ اس چهار رقمی بررسی شده است. روند ارزش واردات قزاقستان از جهان، ایران و استان که در این بخش بدان اشاره شده است شمایی کلی از فرصت‌های صادراتی در هر گروه کالایی در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. پیوست کتاب همچنین شامل اطلاعاتی در خصوص ارزش هر تن کالای صادراتی سه صادرکننده برتر و ایران به قزاقستان و نیز میزان تعرفه صادرات برای این کشورها در هر گروه است. چنین اطلاعاتی از زاویه تجزیه تحلیل رقبا و میزان قدرت آن‌ها و همچنین تعیین برخوردارای ایران از مزیت رقابتی در گروه‌های ارزشمند می‌باشد.

منابع فارسی

۱. گمرک جمهوری اسلامی ایران (<http://www.irica.gov.ir>)

منابع انگلیسی

1. Kazakh Society & Culture- A Country of Contrasts and Wonders. (2015). Retrieved from United for Global Security.
2. United Nations. (2015). World Population Prospects: The 2015 Revision. United Nations, Department of Economic & Social affairs, Population Division.
3. Coface.(2016). Retrieved from Coface: <http://www.coface.com>
4. Diyarbakirlioglu, K., & Yigit, S. (2014). Kazakh Multi Vector Foreign Policy in Action. Alternatives Turkish Journal of International Relations, 13.
5. Douglas, J. (2016). Invest in Kazakhstan. An Official Publication of Government of the Republic of Kazakhstan.
6. Madani, D. H., & Sarsenov, I. (2016). Kazakhstan: A Long Road to Recovery. World Bank Group.
7. Potluri, R. M., Abikayeva, M., Usmanova, N., & Challagundla, S. (2014). A Study on Kazakh Women's Consumer Behavior. International Journal of Distribution & Business, 5-11.
8. World Development Indicators. (n.d.). Retrieved from World Bank: <http://data-bank.worldbank.org>
9. WorldBank. (2015). Kazakhstan partnership program snapshot (English). Washington, D.C: World Bank Group.
10. Zimmerman, T. (2015). The New Silk Roads: China, The US and the Future of Central Asia. Centre on International Cooperation, New York University.
11. Kenenbayev, S., Ospanbayev, Zh., Kydyrov, Altay., Musagodzhaev, N., & Aris-tangulov, S. (2016). Effectiveness of Sugar Beet Cultivation under Drop Irrigation in South-East Kazakhstan, BIOSCIENCES BIOTECHNOLOGY RESEARCH ASIA. June 2016. Vol. 13(2), 917-924.
12. Timirkhanov, S., Chaikin, B., Makhambetova, Zh., Thorpe, A., & Anrooy, R. (2010). FISHERIES AND AQUACULTURE IN THE REPUBLIC OF



- KAZAKHSTAN: A REVIEW, FAO Fisheries and Aquaculture Circular No. 1030/2.
13. Rauan, Y., & Zhanarys, R. (2015). Study of Logistic System in Kazakhstan: Barriers to Efficient Logistics and Opportunities, International Conference on Education, Social Sciences and Humanities, 8-10 June 2015- Istanbul, Turkey.
 14. Arvis, J., Saslavsky, D., Ojala, L., Shepherd, B., Busch, C., Raj, A., & Naula, T. (2016). Connecting to Compete 2016: Trade Logistics in the Global Economy. The Logistics Performance Index and Its Indicators, World Bank, Washington, DC.
 15. Kapiki, S., & Nurgaliyeva, S. (2015). Human Capital as an Important Asset of Kazakhstan's Sustainable Development, World Applied Sciences Journal 33 (3), 466-471.
 16. Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of Kazakhstan (<http://stat.gov.kz>).
 17. Heritage Foundation (<https://www.heritage.org>).
 18. National Bank of Kazakhstan (<http://www.nationalbank.kz>).
 19. International Trade Centre (<https://www.trademap.org>).
 20. Krishan Rana, 2016, Transportation in Kazakhstan and its Economic Implications, International Journal of Business and Applied Social Science, January 2016, Vol.2(1).
 21. Trading Economics (<https://tradingeconomics.com>).
 22. OECD, 2013, Review of Agricultural Policies: Kazakhstan.
 23. Freedom House. (2015). (www.freedomhouse.org).
 24. Knoema. (<https://knoema.com/>).