

مقاله مروری

اهمیت بازار صادراتی قزاقستان و استراتژی‌های توسعه صادرات به این کشور با مدل SWOT

پذیرش: ۱۴۰۱/۳/۱۶

دریافت: ۱۴۰۱/۲/۶

مریم خسروی اصل، نویسنده مسئول

چکیده

و خرما و بیشترین میزان واردات مربوط به گندم و جو بوده است. در بخش بعدی با استفاده از ماتریس SWOT و وزن‌دهی و اولویت‌بندی آن توسط خبرگان، راه‌کارهای توسعه صادرات تدوین گردید. نتایج حاصل از ترسیم ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی نشان‌دهنده این بود که مناسب‌ترین راهبرد توسعه صادرات به این کشور، رویکرد تهاجمی می‌باشد.

بر اساس نظرات خبرگان، مواردی از قبیل امضا موافقتنامه تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراسیا، افزایش خطوط پروازی مستقیم، تامین واگن، حل مشکلات بانکی از طریق به‌کارگیری مکانیزم تهاتر و یا استفاده از ارزهای ملی در تجارت، استفاده از ظرفیت‌های بندر و مناطق آزاد از مهم‌ترین اقدامات در راستای توسعه صادرات به قزاقستان می‌باشند.

هدف این پژوهش، ارائه راه‌کارهایی جهت توسعه صادرات ایران به قزاقستان می‌باشد. این پژوهش از نوع مروری و روش آن توصیفی می‌باشد. برای جمع‌آوری اطلاعات لازم و آمارها از منابع کتابخانه‌ای، مراجعه به وبسایت‌های رسمی و بین‌المللی و بهره‌گیری از نظرات خبرگان و صادرکنندگان به کشورهای آسیای مرکزی به‌ویژه قزاقستان بهره‌گرفته شده است.

در این پژوهش با استفاده از آمارهای رسمی مبادلات تجاری قزاقستان با ایران و جهان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر این اساس عمده‌ترین رقیب در بازار این کشور، روسیه و چین می‌باشند. همچنین بر اساس مبادلات تجاری ایران و قزاقستان طی پنج سال اخیر بیشترین میزان صادرات به این کشور مربوط به محصول پسته

طبقه‌بندی JEL: F19, B17, M39

قزاقستان / موافقتنامه تجارت آزاد ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا / موافقتنامه تجارت ترجیحی ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا / توسعه روابط تجاری با قزاقستان / SWOT

۱. مقدمه: طرح مسأله

در سه دهه اخیر، تجارت به ویژه در کشورهای در حال توسعه به دلایل مختلف از جمله جهانی شدن اقتصاد و توسعه قراردادهای دوجانبه و چندجانبه گسترش یافته است همچنین تجارت یکی از عوامل تقویت تولید ناخالص داخلی به شمار می‌رود و منبعی بر تامین ارز خارجی می‌باشد.

بدون شک پیوستن به زنجیره ارزش جهانی و توسعه صادرات در کشورهای در حال توسعه زمینه بهبود رقابت‌پذیری را در این کشورها فراهم می‌کند و افزایش ارزش افزوده محصولات، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و ایجاد فرصت‌های شغلی را به همراه خواهد داشت. در ایران نیز اهمیت توسعه صادرات غیر نفتی، لزوم دسترسی به بازارهای خارجی را بیش از پیش آشکار می‌سازد. با توجه به موقعیت جغرافیایی کشورمان، بازار مصرف نسبتاً قابل توجهی در کشورهای همسایه و به ویژه اتحادیه اقتصادی اوراسیا وجود دارد که توسعه صادرات به آنها مستلزم شناسایی نیازهای وارداتی آن کشورها و بررسی راه‌کارهای توسعه روابط تجاری و کاهش موانع پیش روی می‌باشد.

یکی از بازارهای مهم صادراتی کشورمان که از اعضای مهم اتحادیه اقتصادی اوراسیا نیز می‌باشد، کشور قزاقستان است. اتحادیه اقتصادی اوراسیا متشکل از پنج کشور قزاقستان، قرقیزستان، بلاروس، روسیه، ارمنستان می‌باشد که در سال ۱۳۹۸ موافقتنامه تجارت ترجیحی فیما بین کشورمان و اتحادیه مذکور امضا و اجرایی شد و هم اکنون نیز در حال مذاکره جهت نهایی‌سازی و انعقاد سند موافقتنامه تجارت آزاد با این اتحادیه می‌باشیم. بنابراین با توجه به موارد اشاره شده، توسعه روابط تجاری با کشورهای اتحادیه مذکور بایستی بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. کشور قزاقستان یکی از اعضای مهم این اتحادیه می‌باشد که همواره به‌عنوان یکی از بازارهای مهم صادراتی کشورمان

به شمار می‌رود علاوه بر موارد فوق‌الذکر از علل اهمیت کشور قزاقستان می‌توان به روابط خوب سیاسی، اشتراکات فرهنگی، برخورداری از منابع طبیعی غنی، پتانسیل‌های فراوان این کشور جهت حضور شرکت‌ها و تجار ایرانی در حوزه معدن، کشاورزی و خدمات فنی و مهندسی اشاره نمود.

به منظور تدوین ماتریس SWOT و تعیین ضریب هر یک از ابعاد آن، از نظرات خبرگان دو کشور طی نشست‌ها و جلسات رسمی و همچنین نظرات صادرکنندگان در همایش تجاری و جلسات حضوری بهره گرفته شد و نهایتاً راه‌کارهای مربوطه از سوی ایشان در جلسات اشاره شده ارائه گردید.

۲. پیشینه تحقیق

با جستجو و بررسی پژوهش‌های گذشته در مقالات، مهم‌ترین موارد مرتبط با موضوع به شرح ذیل جمع‌بندی می‌گردد:

رسولی نژاد و صبری (۱۴۰۰)، در مقاله ارزیابی بازار اتحادیه اقتصادی اوراسیا جهت صادرات محصولات از کشور ایران اعلام داشتند که امکان توسعه صادرات از ایران به بازار اتحادیه اقتصادی اوراسیا از سال ۱۳۹۴ تاکنون وجود دارد. هرچند این مساله در مورد همه کالاها صدق نکرده و برخی از اقلام همچون سرفصل ۰۸ (خشکبار و میوه‌های خوراکی) دارای پتانسیل صادراتی بالاتر نسبت به سایر کالاها هستند. همچنین نتایج تحقیق حاکی از مغفول ماندن پتانسیل‌های صادراتی ایران به کشورهای عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا است که این مساله نیز نیاز به واکاوی و بررسی عمیق‌تر دارد.

صمدی‌نیا (۱۳۹۹)، طی تحقیقی، ظرفیت‌های صادراتی ایران به قزاقستان را بررسی و پیشنهاداتی جهت گسترش همکاری‌های اقتصادی و تجاری با این کشور مطرح نموده که اهم آن‌ها عبارتند از توسعه همکاری در حوزه‌های انرژی - حضور فعال شرکت‌های دانش بنیان ایرانی و همچنین شرکت‌های خدمات فنی و مهندسی در

قزاقستان - صادرات محصولات کشاورزی دارای تولید مازاد و همچنین صادرات دارو- فعالیت مشترک در حوزه خودرو و حضور قطعه سازان ایرانی در بازار خودرو قزاقستان- تدوین سند استراتژیک همکاری های اقتصادی ایران و قزاقستان و تدوین استراتژی همکاری تجاری ایران و قزاقستان.

هدایتی شهیدانی و رحیمی، در مقاله اقتصاد سیاسی روابط ایران و قزاقستان و همگرایی اوراسیایی (۱۳۹۹) اعلام نمودند: در حالی که اقتصاد و تجارت خارجی دو کشور با روند پایدار و رو به رشدی همراه بوده است لیکن روند مبادلات تجاری دوجانبه با این نظم حرکت نکرده است و این ناپایداری به دلیل بروز برخی چالش های اقتصادی و سیاسی از جمله تحریم های اعمال شده علیه ایران، برنامه ها و طرح های ژئوپلیتیکی ایالات متحده با هدف گذاری حذف ایران و حتی دیدگاه های مضیق اوراسیاگرایانه مسکو روی داده اند که در پاسخ به این مساله، دو کشور یک رویکرد چندجانبه گرایانه را از سال ۲۰۱۰ در دستورکار مناسبات خود قرار داده اند که شامل چارچوب هایی نظیر توافق تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراسیا، مشارکت در کریدور بین المللی حمل و نقل شمال-جنوب، هم افزایی در موافقتنامه ترانزیتی عشق آباد، مشارکت در تحت ابتکار کمربند و جاده، توسعه کریدور ریلی شرق خزر و امضای کنوانسیون وضعیت حقوقی دریای خزر بوده است.

کرباسی و همکاران (۱۳۹۷)، در مقاله راه کارهای توسعه صادرات و گسترش زمینه همکاری های اقتصادی با کشورهای آسیای میانه بیان داشتند که نتایج نشان دهنده آن می باشد که فعال نبودن رایزن های بازرگانی در کشورهای هدف، جزیره ای عمل کردن سازمان های دولتی، بالا بودن قیمت تمام شده کالا از جمله مهم ترین موانع توسعه صادرات به شمار می رود.

وثوقی و صفری (۱۳۹۶)، در مقاله نقش قزاقستان در گسترش روابط ایران و چین در آسیای مرکزی بیان داشتند که سه ویژگی، واقع گرایی، غیر ایدئولوژیک بودن و اولویت

فعالیت های اقتصادی مهم ترین شاخص سیاست خارجی این کشور از زمان استقلال در منطقه آسیای مرکزی بوده است. با توجه به این موضوع، امنیت، منابع انرژی و حمل و نقل سه مؤلفه ای است که قزاقستان می تواند بستر ساز همکاری ایران با چین در آسیای مرکزی باشد.

بنی هاشمی و ثقفی (۱۳۹۴)، در مقاله تجزیه و تحلیل استراتژی های توسعه صادرات به کشورهای آسیای میانه با مدل SWOT در راستای برنامه ششم توسعه بیان داشت که نتایج مطالعات نشان می دهد که راهبردهای بهبود خدمات بانکی و بیمه ای برای صادرات کالا و خدمات، ارائه مشوق های صادراتی، همچنین بهبود زیرساخت های صادراتی اعم از زیرساخت های حمل و نقل از بالاترین اولویت های راهبردی صادرات به حوزه مذکور قلمداد شده اند.

پرنده (۱۳۹۲)، در مقاله نقش ترانزیت خارجی در توسعه روابط بازرگانی ایران با کشورهای آسیای مرکزی، فرصت ها و چالش ها ضمن اعلام اهمیت حمل و نقل و ترانزیت به عنوان یکی از مهم ترین ارکان و زیرساخت های تجاری برای توسعه صادرات و همگرایی اقتصادی و سیاسی با کشورهای منطقه بیان داشت با تدوین راهبردهای کوتاه مدت و بلندمدت از جمله گسترش کریدورهای ترانزیتی کشور از طریق پیرنگ نمودن جایگاه کریدور شرق به غرب با اتصال مسیر جاده ای و راه آهن ایران به کشور چین از مسیر کشورهای افغانستان، تاجیکستان و قرقیزستان علاوه بر خروج از انحصار ترانزیتی کشورهای ترکمنستان و ازبکستان در آسیای مرکزی موجب کاهش هزینه های ترانزیتی و کاهش مشکلات صادرکنندگان ایرانی در ترانزیت کالا به کشورهای مذکور و نهایتاً رشد و توسعه روابط اقتصادی و بازرگانی ایران با کشورهای منطقه خواهد گردید.

۳. روش تحقیق

بررسی صورت گرفته در این مقاله با استفاده از مجموعه ای

از روش‌های کتابخانه‌ای، تحلیل محتوا، مطالعات کیفی، بررسی‌های آماری و بهره‌گیری از نظرات خبرگان و متخصصین انجام شده است. برای به دست آوردن اطلاعات از سایت‌های رسمی و تارنمای نهادهای بین‌المللی استفاده شده است.

بررسی شاخص سهولت کسب و کار در قزاقستان

شاخص سهولت انجام کسب و کار شاخصی است که توسط بانک جهانی تعریف شده و رتبه پایین‌تر هر کشور در این شاخص نشان می‌دهد که آن کشور محیط نظارتی کاراتری برای شروع و بهره‌برداری یک بنگاه محلی دارد. در آخرین گزارش بانک جهانی، کشور قزاقستان در شاخص سهولت انجام کسب و کار از میان ۱۹۰ کشور در رتبه ۲۵ در سال ۲۰۱۹ قرار گرفت در حالی که در سال ۲۰۱۸ رتبه این کشور ۲۸ بود که این نشان از ارتقا این کشور در شاخص سهولت کسب و کار می‌باشد.

تحلیل روابط تجاری قزاقستان با جهان، ایران و همسایگان

• وضعیت تجارت قزاقستان با جهان

بازار کشور قزاقستان به دلیل برخورداری از منابع طبیعی فراوان، ظرفیت‌های معدنی و کشاورزی، موقعیت مناسب و ارتباط با کشورهای اتحادیه اقتصادی اوراسیا می‌تواند یکی از بازارهای مناسب برای صادرات باشد.

بر اساس آمارهای به دست آمده از Trade Map صادرات این کشور به جهان در سال ۲۰۲۱ بالغ بر ۶۰ میلیارد دلار (رتبه ۵۰ در جهان) و عمده‌ترین اقلام صادراتی این کشور به جهان روغن‌های نفتی، مس و آلیاژهای مس، فروآلیاژها، گازهای نفتی، عناصر شیمیایی رادیو اکتیو، کنسانتره مس، سنگ آهن و گندم بوده است. مهم‌ترین بازارهای صادراتی قزاقستان شامل چین، ایتالیا، روسیه، هلند و ترکیه می‌باشد. همچنین واردات این کشور از جهان در سال ۲۰۲۱ بالغ بر ۴۱ میلیارد دلار بوده است (رتبه ۶۲ در جهان).

عمده‌ترین اقلام وارداتی این کشور از جهان ماشین‌های پردازش خودکار داده، وسایل نقلیه موتوری، دستگاه‌های تلفن، داروها، قطعات و لوازم جانبی تراکتور بوده است. مهم‌ترین کشورهایی که قزاقستان از آنها واردات انجام می‌دهند عبارتند از روسیه، چین، آلمان، ایالات متحده آمریکا و ترکیه.

• وضعیت تجارت ج.ا.ایران و قزاقستان

با توجه به اولویت تجارت خارجی ایران با همسایگان و کشورهای حوزه اوراسیا به ویژه روسیه و قزاقستان، بدون شک بایستی نگاه ویژه‌ای به بازار قزاقستان داشت. در این بخش ابتدا یک مرور کلی به وضعیت تجارت قزاقستان با کشورمان طی پنج سال اخیر یعنی از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ داشته و نهایتاً وضعیت مبادلات فیما بین را در سال ۱۴۰۰ به صورت جزئی‌تر بررسی می‌نماییم.

مبادلات تجاری ج.ا.ایران و قزاقستان در پنج سال اخیر (۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰)

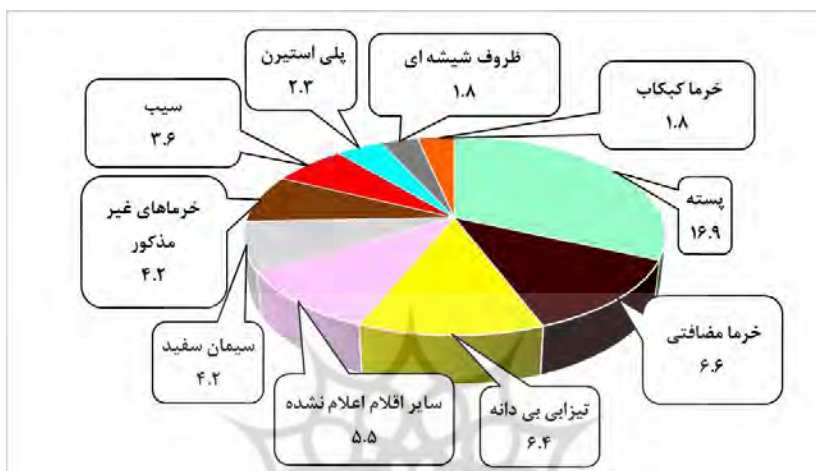
بر اساس آمارهای اخذ شده از سازمان توسعه تجارت ایران حجم مبادلات تجاری دو کشور طی پنج سال اخیر بالغ بر ۱,۱۹۵ میلیون دلار بوده است که از این میزان ۸۲۴ میلیون دلار مربوط به صادرات به قزاقستان و ۳۷۱ میلیون دلار مربوط به واردات از این کشور بوده است. بر اساس جدول (۱) بیشترین میزان صادرات به قزاقستان طی پنج سال اخیر مربوط به سال ۱۴۰۰ به ارزش ۱۸۷ میلیون دلار بوده است و کمترین آن مربوط به سال ۱۳۹۷ به میزان ۱۳۰ میلیون دلار بوده است. شایان ذکر است بیشترین حجم واردات از این کشور مربوط به سال ۱۳۹۸ به میزان ۱۰۳ میلیون دلار و کمترین میزان واردات مربوط به سال ۱۳۹۹ به میزان ۳۷ میلیون دلار بوده است.

جدول ۱- مبادلات تجاری قزاقستان با ایران طی ۵ سال اخیر

جمع ۵ سال	۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	
صادرات	۱۸۷	۱۶۸	۱۷۰	۱۳۰	۱۶۹	
واردات	۷۸	۳۷	۱۰۳	۸۶	۶۷	
حجم مبادلات	۲۶۵	۲۰۵	۲۷۳	۲۱۶	۲۳۶	
تراز تجاری	۱۰۹	۱۳۱	۶۷	۴۴	۱۰۲	

منبع: سازمان توسعه تجارت ایران، ۱۴۰۰-۱۳۹۶

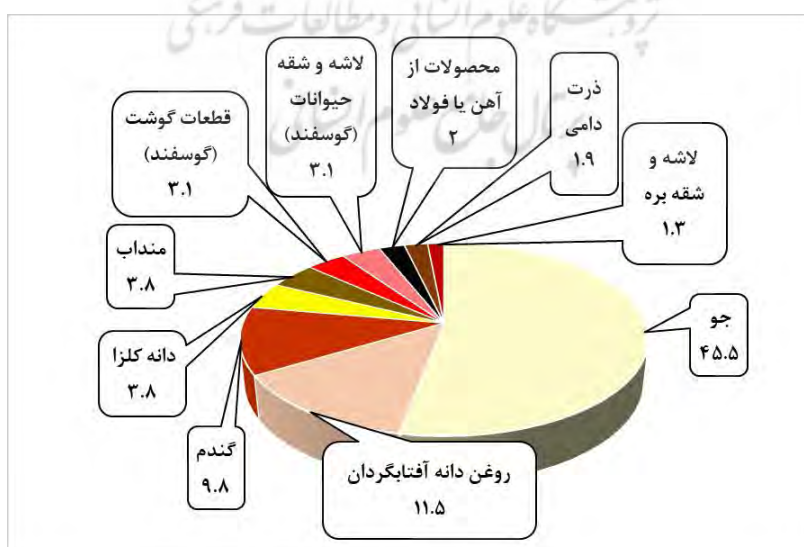
بر اساس آمارهای اخذ شده از سازمان توسعه تجارت در نمودار (۱) سهم عمده‌ترین اقلام صادراتی کشورمان به قزاقستان طی پنج سال اخیر بر اساس کد تعرفه هشت رقمی نشان داده شده است همان‌گونه که ملاحظه می‌شود پسته و خرما بیشترین سهم را در این میان داشته‌اند.



نمودار ۱- سهم عمده‌ترین کالاهای صادراتی ایران به قزاقستان طی ۵ سال اخیر (درصد)

هشت رقمی نشان داده شده است همان‌گونه که مشهود است واردات گندم، جو و دانه‌های روغنی بیشترین سهم را در این میان داشته است.

همچنین بر اساس آمارهای اخذ شده از سازمان توسعه تجارت در نمودار (۲) سهم عمده‌ترین اقلام وارداتی کشورمان از قزاقستان طی پنج سال اخیر بر اساس کد تعرفه



نمودار ۲- سهم عمده‌ترین کالاهای وارداتی ایران از قزاقستان طی پنج سال اخیر (درصد)

مبادلات تجاری ج.ا.ایران و قزاقستان در سال ۱۴۰۰

در بخش قبلی با بررسی روابط تجاری ج.ا.ایران و قزاقستان طی پنج سال اخیر به یک دید کلی دست پیدا کردیم اما در این بخش قصد داریم تا روابط تجاری دو کشور در گذشته نزدیک یعنی سال ۱۴۰۰ را بر اساس آمار سازمان توسعه

تجارت به صورت جزیی تر با ذکر اقلام و ارزش دلاری و وزنی چه از نظر صادرات و چه از نظر واردات مورد بررسی قرار دهیم. در جدول (۲) عمده ترین اقلام صادراتی و وارداتی (۱۰ قلم کالا) نشان شده است.

جدول ۲- عمده ترین اقلام صادراتی و وارداتی ایران به / از قزاقستان در سال ۱۴۰۰
(واحد ارزش: هزار دلار - واحد وزن: تن)

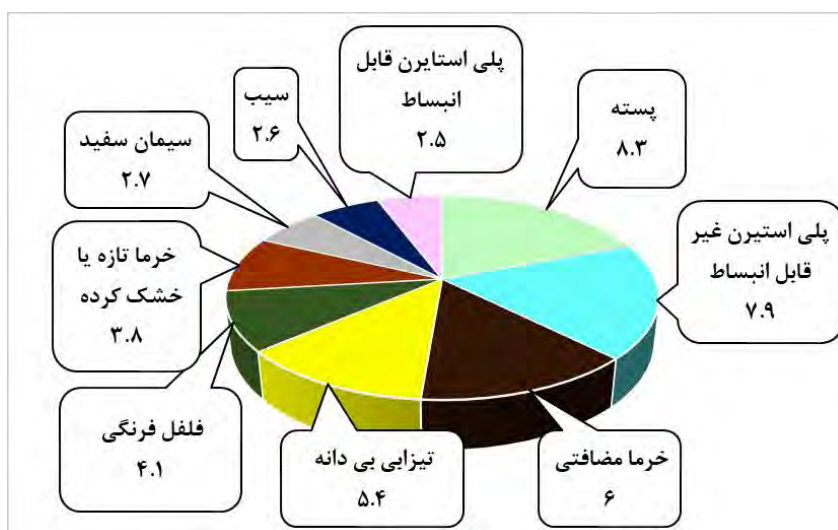
عمده ترین اقلام وارداتی ایران از قزاقستان					عمده ترین اقلام صادراتی ایران به قزاقستان				
ردیف	تعرفه	کالا	ارزش	وزن	ردیف	تعرفه	کالا	ارزش	وزن
۱	۱۰۰۱۹۹۲۰	گندم معمولی	۳۶۲۷۹	۹۸۲۶۴	۱	۰۸۰۲۵۱۰۰	پسته	۱۵۵۶۴	۲۵۹۰
۲	۱۰۰۳۹۰۰۰	جوبه استثنای بذر	۲۹۷۶۸	۱۰۸۳۵۷	۲	۳۹۰۳۱۹۱۰	پلی استیرن	۱۴۷۳۰	۱۰۴۶۴
۳	۱۲۰۵۱۰۹۰	منداب	۳۰۸۴	۵۳۸۹	۳	۰۸۰۴۱۰۴۰	خرما مضافتی	۱۱۲۶۳	۱۰۳۲۱
۴	۸۷۰۱۲۰۰۰	تراکتورهای جاده ای	۲۳۲۲	۱۵۶	۴	۰۸۰۶۲۰۳۰	تیزیابی بی دانه	۱۰۰۵۹	۹۱۳۵
۵	۸۴۵۸۹۹۰۰	ماشین های تراش برای برداشتن فلز	۱۰۴۴	۵۴۷	۵	۰۷۰۹۶۰۰۰	فلفل فرنگی	۷۵۹۷	۱۷۱۵۰
۶	۸۴۶۱۴۰۰۰	ماشین های تراش دادن یاسنگ زنی	۵۵۰	۳۹۲	۶	۰۸۰۴۱۰۳۵	خرما تازه یا خشک	۷۱۲۹	۱۲۰۳۱
۷	۸۴۶۲۲۹۰۰	ماشین های خم کردن	۵۱۵	۳۲۹	۷	۲۵۲۳۲۹۰۰	سیمان سفید پرتلند	۵۰۱۶	۱۹۱۹۷۵
۸	۸۴۵۹۲۹۰۰	ماشین های سوراخ کردن	۵۰۷	۳۷۲	۸	۰۸۰۸۱۰۰۰	سیب، تازه	۴۹۱۳	۱۴۵۸۰
۹	۸۴۵۷۱۰۰۰	دستگاه متمرکز ماشین کاری برای کار روی فلزات	۴۹۰	۲۵۱	۹	۳۹۰۳۱۱۱۰	پلی استایرن	۴۶۷۲	۳۲۵۹
۱۰	۸۴۵۹۳۹۰۰	ماشین های صیقل کردن	۴۷۹	۳۵۵	۱۰	۲۱۰۶۹۰۱۰	استایلیزیر	۴۲۰۲	۲۱۰۱

منبع: سازمان توسعه تجارت ایران، ۱۴۰۰

خرما بوده است. لازم به ذکر است عمده ترین اقلام صادراتی پنج سال اخیر کشورمان به قزاقستان نیز موید این موضوع می باشد که بیشترین صادرات به این کشور مربوط به محصولات اشاره شده بوده است. بر این اساس می توان به اهمیت صادرات این محصولات به قزاقستان و پتانسیل صادراتی موجود در این حوزه پی برد.

بر اساس آمارهای اخذ شده از سازمان توسعه تجارت در نمودار (۳) سهم عمده ترین اقلام صادراتی کشورمان به قزاقستان در سال ۱۴۰۰ بر اساس کد تعرفه هشت رقمی نشان داده شده است.

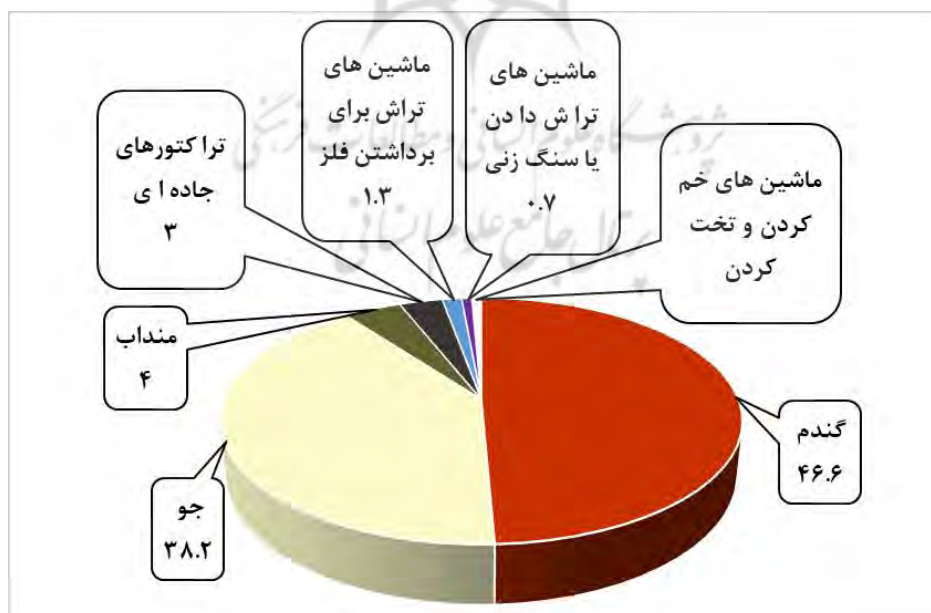
نتایج حاکی از آن است که در سال ۱۴۰۰ بیشترین صادرات ایران به قزاقستان مربوط به محصولات پسته و



نمودار ۳- سهم عمده‌ترین کالاهای صادراتی ایران به قزاقستان در سال ۱۴۰۰ (درصد)

است. لازم به ذکر است ارقام وارداتی پنج سال اخیر کشورمان از قزاقستان نیز موید این موضوع می‌باشد که بیشترین واردات از این کشور مربوط به محصولات اشاره شده بوده است که بالطبع این نشان از نیاز کشورمان به تامین گندم و جو از کشورهای توانمند در این حوزه از جمله قزاقستان می‌باشد.

همچنین بر اساس آمارهای اخذ شده از سازمان توسعه تجارت در نمودار ذیل سهم عمده‌ترین اقلام وارداتی کشورمان از قزاقستان در سال ۱۴۰۰ بر اساس کد تعرفه هشت رقمی نشان داده شده است. نتایج حاکی از آن است که در سال ۱۴۰۰ بیشترین واردات ایران از قزاقستان گندم و جو بوده



نمودار ۴- سهم عمده‌ترین کالاهای وارداتی ایران از قزاقستان در سال ۱۴۰۰ (درصد)

• وضعیت مبادلات تجاری قزاقستان با همسایگان و جایگاه ایران

کشورها همواره به توسعه مبادلات تجاری خود با همسایگان شان به علت دسترسی آسان، مسافت کم و سایر مزیت‌ها توجه ویژه‌ای داشته‌اند نظر به اهمیت این موضوع در این بخش قصد داریم ضمن معرفی همسایگان قزاقستان، مبادلات تجاری این کشور را با همسایگانش در سال ۲۰۲۱ مورد بررسی قرار داده و نهایتاً جایگاه ایران را از نظر مبادلات تجاری با قزاقستان در این بین مشخص نماییم. قزاقستان با روسیه، چین، قرقیزستان، ازبکستان و ترکمنستان همسایه می‌باشد. با توجه به جدول (۳) و بر اساس آمارهای اخذ شده از Trade Map بیشترین حجم مبادلات تجاری قزاقستان با همسایگان خود در سال ۲۰۲۱ مربوط به کشورهای روسیه و چین بوده است.

بالتر از ترکمنستان می‌باشد.

۴-۵) رقبای ایران در بازار قزاقستان و بررسی جایگاه ایران

یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت در بازارهای صادراتی، شناسایی رقبای فعال در آن بازار می‌باشد. با توجه به اهمیت این موضوع در این بخش به بررسی رقبای کشورمان در بازار قزاقستان و بررسی جایگاه کشورمان در این بین می‌پردازیم. با توجه به جدول (۴) و نمودار (۵) و بر اساس آمارهای اخذ شده از Trade Map، پنج رقیب بزرگ کشورمان در بازار قزاقستان عبارتند از روسیه، چین، آلمان، آمریکا و ترکیه، که پنج کشور ذکر شده تقریباً ۷۳ درصد از بازار قزاقستان را به خود اختصاص داده‌اند. آنچه مشهود است این می‌باشد که روسیه با اختصاص ۴۲٫۵ درصد بزرگ‌ترین رقیب در بازار قزاقستان محسوب می‌گردد.

جدول ۴- رقبای ایران در بازار قزاقستان در سال ۲۰۲۱ (واحد

ارزش: میلیون دلار)

رتبه	کشور	ارزش	درصد
	کل واردات قزاقستان از جهان	۴۱۴۱۵	۱۰۰٫۰
۱	روسیه	۱۷۶۰۶	۴۲٫۵
۲	چین	۸۲۲۸	۱۹٫۹
۳	آلمان	۱۸۱۵	۴٫۴
۴	آمریکا	۱۳۶۲	۳٫۳
۵	ترکیه	۱۱۴۶	۲٫۸
۶	ازبکستان	۱۰۵۷	۲٫۶
۷	ایتالیا	۷۸۷	۱٫۹
۸	بلاروس	۷۸۱	۱٫۹
۹	کره	۷۶۶	۱٫۸
۱۰	فرانسه	۶۶۵	۱٫۶

جدول ۳- مبادلات تجاری قزاقستان و همسایگان این کشور در

سال ۲۰۲۱ (واحد ارزش: میلیون دلار)

ردیف	همسایگان	صادرات	واردات	مبادلات تجاری
۱	روسیه	۷۰۱۸	۱۷۶۰۵	۲۴۶۲۳
۲	چین	۹۷۷۲	۸۲۲۸	۱۸۰۰۰
۳	قرقیزستان	۶۷۵	۳۷۶	۱۰۵۱
۴	ازبکستان	۲۷۷۶	۱۰۵۷	۳۸۳۳
۵	ترکمنستان	۲۱۱	۴۳	۲۵۴

منبع: Trade map.org

بر اساس آمارهای Trade Map در سال ۲۰۲۱، صادرات قزاقستان به ایران ۲۷۵ و واردات این کشور از کشورمان ۱۶۵ میلیون دلار بوده است که حجم مبادلات تجاری دو کشور در سال مذکور بالغ بر ۴۴۰ میلیون دلار بوده است. بر این اساس می‌توان دریافت که مبادلات تجاری قزاقستان با ایران، در مقایسه با ترکمنستان به عنوان همسایه قزاقستان بیشتر بوده است به عبارتی جایگاه ایران در بین همسایگان قزاقستان در رتبه پایین‌تر از قرقیزستان و رتبه

آن است که هدف اصلی آن شناسایی استراتژی‌هایی می‌باشد که یک مدل تجاری خاص را ایجاد می‌کند و منابع و قابلیت‌های را به بهترین نحو با نیازهای محیطی که در آن شرکت فعالیت می‌کند، هماهنگ می‌نماید.

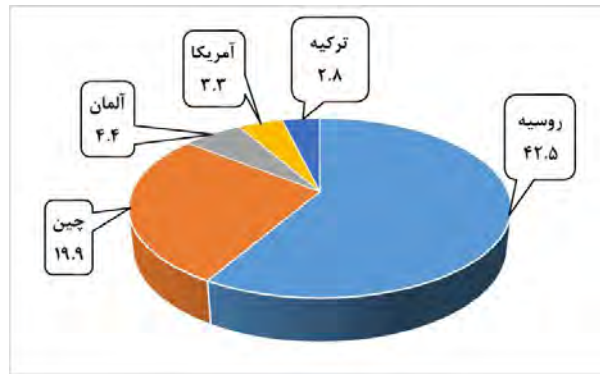
بر اساس این ماتریس هر کشور در تلاش است تا با تدوین استراتژی‌هایی از نقاط قوت و فرصت خود به خوبی استفاده نماید و بر نقاط ضعف و تهدید غلبه نماید. در این راستا استراتژی‌های ذیل قابل تدوین است.

- استراتژی SO (تهاجمی): این استراتژی می‌تواند یک حالت هم‌افزایی در کشور ایجاد کند. هر کشوری مایل است در این موقعیت قرار داشته باشد تا بتواند با بهره‌گیری از توانمندی‌ها، استفاده از فرصت‌ها را به حداکثر برساند.

- استراتژی WO: هدف این راهبرد، کاهش ضعف‌ها و افزایش فرصت‌هاست. گاه کشورها به دلیل داشتن ضعف‌های اساسی، امکان استفاده از فرصت‌های به دست آمده را ندارند از این رو، کاهش ضعف‌ها می‌تواند کشور را در استفاده از فرصت‌ها توانمند کند.

- استراتژی ST: این استراتژی بر اساس توانمندی کشور در مقابل تهدیدها بنا شده است.

- استراتژی WT: هدف این راهبرد، کاهش ضعف‌ها و تهدیدها تا حد امکان است.



منبع: Trade map.org

نمودار ۵- سهم رقبای ایران در بازار قزاقستان در سال ۲۰۲۱ (درصد)

با توجه به آمارهای Trade Map، ایران از نظر صادرات به قزاقستان در سال ۲۰۲۱ در رتبه ۲۳ قرار داشت که ۰.۴ درصد از بازار صادراتی این کشور را به خود اختصاص داد اما به نظر می‌رسد با توجه به پتانسیل و ظرفیت‌های فراوان کشورمان و روابط مستحکم سیاسی و فرهنگی امکان ارتقا ایران به رتبه‌های بالاتر وجود خواهد داشت.

بر اساس اطلاعات اشاره شده در خصوص وضعیت رقبا در بازار قزاقستان و همچنین مبادلات تجاری این کشور با همسایگانش به این نتیجه می‌رسیم که کشورهای روسیه و چین به عنوان مهم‌ترین همسایگان قزاقستان و رقبای اصلی در این کشور محسوب می‌شوند.

ماتریس SWOT

SWOT مخفف نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها است. بر اساس تعریف، نقاط قوت (S) و ضعف (W) عوامل داخلی در نظر گرفته می‌شوند که می‌توان آن‌ها را کنترل نمود. همچنین طبق تعریف، فرصت‌ها (O) و تهدیدها (T) به عنوان عوامل خارجی مورد بررسی قرار می‌گیرند که اساساً کنترلی بر روی آن‌ها یا وجود ندارد و یا خیلی کم هست.

تجزیه و تحلیل SWOT مشهورترین ابزار ممیزی و تجزیه و تحلیل موقعیت استراتژیک تجاری کلی و محیط

Threats تهدیدها	Opportunities فرصت‌ها	Outer factors عوامل بیرونی
ST استراتژی تنوع	SO استراتژی تهاجمی	Strengths نقاط قوت
WT استراتژی تدافعی	WO استراتژی بازنگری	Weaknesses نقاط ضعف

نمودار ۶- ماتریس SWOT

حال با توجه به مطالب ارائه شده، در این مقاله قصد داریم تا ماتریس SWOT را در مورد توسعه صادرات ایران به قزاقستان ترسیم نموده و از طریق آن به بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌روی ایران در این کشور و همچنین نقاط قوت و ضعف در محیط داخلی پرداخته و سپس با توجه به استراتژی‌های اشاره شده راه‌کارهایی برای استفاده از فرصت‌ها و قوت‌ها و غلبه بر ضعف‌ها و تهدیدها ارائه نماییم.

لازم به ذکر است در خصوص این مقاله، وزن‌دهی و اولویت‌بندی عوامل SWOT، بر اساس نظرات خبرگان و کارشناسان حاضر در جلسات توسعه روابط تجاری ایران و قزاقستان با حضور دستگاه‌های مرتبط دولتی و خصوصی دو کشور و همچنین همایش‌های تجاری، وینارها و میزهای کشوری با حضور تجار، صورت پذیرفته است.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها

با هدف بررسی عوامل موثر بر توسعه صادرات به قزاقستان، نیاز هست پس از شناسایی عوامل کلیدی و مهم از بین کلیه عوامل، به یک جمع‌بندی برسیم که آیا در مجموع دارای نقاط قوت هستیم یا ضعف و یا اینکه برای ما فرصت وجود دارد یا تهدید. به همین منظور نیاز به ترسیم ماتریس ارزیابی عوامل هست که خود شامل دو بعد می‌باشد:

۱- ارزیابی عوامل داخلی IFE ۲- ارزیابی عوامل خارجی EFE. این جداول شامل چهار ستون می‌باشد که اطلاعات مربوطه در آن به شرح ذیل درج می‌شود:

- ستون ۱: در این ستون عوامل کلیدی و مهم درج می‌شود.
 - ستون ۲: با توجه به اهمیت هر یک از عوامل کلیدی و مقایسه با سایر عوامل، ضریب اهمیتی بین صفر (بی اهمیت) تا یک (بسیار مهم) به آن تعلق می‌گیرد. لازم به ذکر است جمع نمرات این ستون بایستی ۱ شود.
 - ستون ۳: در این ستون به هر یک از عوامل با توجه به اهمیت آن رتبه‌ای بین ۱ تا ۴ داده می‌شود.
 - ستون ۴: با ضرب اعداد مندرج در ستون ۲ و ۳ نمره عامل مربوطه مشخص و در این ستون درج می‌شود.
- امتیاز نهایی: با جمع اعداد ستون ۴ امتیاز نهایی مشخص می‌شود، اگر جمع کل امتیاز نهایی در این ماتریس بیش از ۲٫۵ باشد، نشانگر این هست که نقاط قوت شرکت، بر نقاط ضعف آن غلبه دارد یا فرصت‌ها بیشتر از تهدیدها موثر است، اما چنانچه این امتیاز کمتر از ۲٫۵ باشد یعنی غلبه ضعف‌ها بر قوت‌ها یا اهمیت تهدیدها نسبت به فرصت‌ها وجود دارد.

در این بخش جداول ارزیابی عوامل داخلی و خارجی را با توجه به عوامل کلیدی و مهم و همچنین گام‌هایی که اشاره شد درج می‌کنیم تا بتوانیم نمرات نهایی هر عامل را به دست آوریم.

جدول ۵- عوامل داخلی IFE

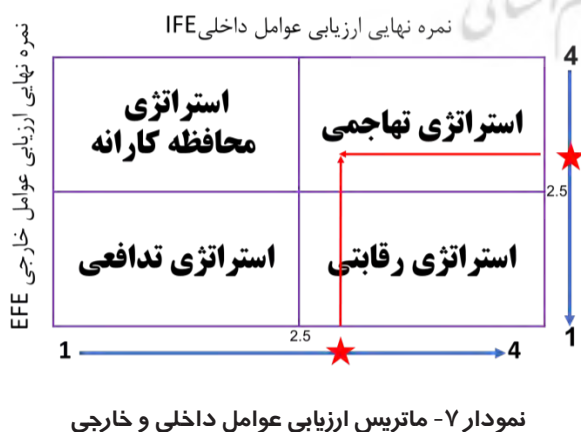
نمره	رتبه	ضریب اهمیت	عنوان عامل	
۰٫۲۰۴	۳٫۴	۰٫۰۶	موقعیت استراتژیک و ژئوپلیتیک ایران در منطقه	نقاط قوت
۰٫۲۰۴	۳٫۴	۰٫۰۶	اهمیت ایران به عنوان ارزان‌ترین و امن‌ترین مسیر دسترسی به خلیج فارس و آب‌های آزاد و برخورداری کشورمان از بنادر مهمی همچون انزلی، کاسپین، چابهار، بندرعباس	
۰٫۱۹۴۷	۳٫۳	۰٫۰۵۹	موقعیت ممتاز ایران در ترانزیت به عنوان یک مزیت ویژه	
۰٫۱۸۵۶	۳٫۲	۰٫۰۵۸	وجود شرکت‌های توانمند در زمینه‌های کشاورزی، معدن، پتروشیمی و خدمات فنی و مهندسی	
۰٫۱۶۴۳	۳٫۱	۰٫۰۵۳	برخورداری از نیروی انسانی متبحر ایرانی	
۰٫۱۴۷	۳	۰٫۰۴۹	توانمندی ایران به لحاظ وجود زیرساختها، پالایشگاه‌ها و خطوط انتقال انرژی	

نمبره	رتبه	ضریب اهمیت	عنوان عامل	
۰,۱۱۸۸	۲,۷	۰,۰۴۴	بالا بودن توان علمی و فناوری ایران و نیز برخورداری از نخبگان، دانشمندان و شرکتهای دانش بنیان	نقاط قوت
۰,۱۰۲۵	۲,۵	۰,۰۴۱	پیگیری های مستمر جهت انعقاد موافقتنامه تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراسیا و برگزاری چندین دور مذاکرات	
۰,۰۶۸	۲	۰,۰۳۴	تلاش دولتمردان جهت انعقاد یادداشت تفاهم ها و موافقتنامه های تجاری فیما بین	
۰,۰۵۵۸	۱,۸	۰,۰۳۱	اشتراکات فرهنگی ایران با قزاقستان	
۰,۲۱	۳,۵	۰,۰۰۶	نوسانات نرخ ارز	نقاط ضعف
۰,۲۰۶۵	۳,۵	۰,۰۵۹	رشد مستمر هزینه ها و در پی آن افزایش قیمت کالاها	
۰,۱۸۴۸	۳,۳	۰,۰۵۶	مشکلات مربوط به حمل و نقل به ویژه کمبود واگن	
۰,۱۸۴۸	۳,۳	۰,۰۵۶	مشکلات مربوط به نقل و انتقالات پولی	
۰,۱۵۹۵	۲,۹	۰,۰۵۵	نداشتن تجربه کافی برخی از تجار در بسته بندی کالاهای صادراتی، برچسب گذاری کالا و همچنین ضعف در سیستم بازاریابی	
۰,۱۳۴۴	۲,۸	۰,۰۴۸	عدم تمایل برخی از صادرکنندگان جهت سرمایه گذاری در قزاقستان به علت منابع محدود مالی	
۰,۱۱۰۷	۲,۷	۰,۰۴۱	عدم اتخاذ کنترل های لازم بر روی کیفیت کالاهای صادراتی	
۰,۰۷۵۶	۲,۱	۰,۰۳۶	پروکراسی های اداری موجود در ایران	
۰,۰۷	۲	۰,۰۳۵	فقدان مراکز تجاری و دفاتر خدمات بازرگانی قوی ایران در کشور قزاقستان	
۰,۰۵۹۴	۱,۸	۰,۰۳۳	عدم هماهنگی و تعامل بین برخی از بخش های دولتی در ایران	
۰,۰۴۸	۱,۵	۰,۰۳۲	عدم آشنایی تجار و صادرکنندگان با ظرفیت های کشور قزاقستان	
۲,۸۸		۱	جمع کل	

جدول ۶- عوامل خارجی EFE

نمبره	رتبه	ضریب اهمیت	عنوان عامل	
۰,۲۲۷۵	۳,۵	۰,۰۶۵	امضا و اجرایی شدن موافقتنامه تجارت ترجیحی فیما بین ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا و در دستورکار بودن انعقاد موافقتنامه تجارت آزاد	نقاط قوت
۰,۲۰۴	۳,۴	۰,۰۰۶	فرصت تبدیل ایران به قطب حمل و نقل در آسیای میانه با توجه به طولانی بودن انتقال کالا از سواحل شرقی چین تا اروپا از مسیر قزاقستان (حدود ۱۵ روز)	
۰,۲۰۴	۳,۴	۰,۰۰۶	موقعیت استراتژیک قزاقستان به علت قرار گرفتن بین چین و اروپا و همچنین به عنوان دروازه اوراسیا و راه اتصال زمینی آسیا به اروپا که مسیر اقتصادی برای انتقال کالا از ایران به بازارهای جهانی می باشد.	
۰,۱۶۸	۳	۰,۰۵۶	برخورداری قزاقستان از منابع طبیعی و معادن غنی	
۰,۱۵۶۶	۲,۹	۰,۰۵۴	وجود فرصت و زمینه مناسب جهت فعالیت در حوزه کشاورزی و کشت فراسرمینی در قزاقستان (بیش از ۷۰ درصد مساحت قزاقستان مستعد فعالیت های کشاورزی می باشد)	
۰,۱۳۷۲	۲,۸	۰,۰۴۹	علاقه تجار قزاقستانی برای همکاری با ایران در حوزه پتروشیمی و فرآورده های نفتی	

نمره	رتبه	ضریب اهمیت	عنوان عامل	
۰,۱۱۵	۲,۵	۰,۰۴۶	پیشرفت های قزاقستان در حوزه معدن، کشاورزی، منابع آبی و صنایع متوسط و کوچک	فرصت ها
۰,۰۹۲۴	۲,۲	۰,۰۴۲	سابقه همکاری های خدمات فنی و مهندسی فیما بین به ویژه در بخش جاده سازی و ساختمان سازی	
۰,۰۸	۲	۰,۰۴	وجود فرصت های ویژه جهت سرمایه گذاری در قزاقستان و امکان استفاده از تخفیفات اعمال شده در مناطق ویژه اقتصادی این کشور	
۰,۰۶۴۶	۱,۹	۰,۰۳۴	عضویت ایران و قزاقستان در سازمان های منطقه از جمله اکو و شانگهای	
۰,۰۵۴	۱,۸	۰,۰۳	روابط سیاسی مستحکم دو کشور با توجه به سفر متقابل مقامات و برگزاری اجلاس های کمیسیون مشترک	
۰,۰۲۸	۱,۴	۰,۰۲	توسعه صنایع خلاق، توجه به فناوری سبز و تمرکز بر توسعه انرژی های تجدید پذیر در کشور قزاقستان	
۰,۲۲۱	۳,۴	۰,۰۶۵	حضور کشورهای رقیب از جمله روسیه و چین	
۰,۱۸۴۸	۳,۳	۰,۰۵۶	عدم وجود روابط بانکی مستقیم	
۰,۱۸۴۸	۳,۳	۰,۰۵۶	هزینه های بالای حمل و نقل و همچنین کمبود خطوط پروازی مستقیم	
۰,۱۵۹۵	۲,۹	۰,۰۵۵	تحریم های آمریکا علیه ایران	
۰,۱۳۷۲	۲,۸	۰,۰۴۹	پیچیده بودن شرایط صدور روادید در قزاقستان	
۰,۱۰۶۶	۲,۶	۰,۰۴۱	دشواری فرایند دریافت مجوز کیفیت کالا (استاندارد) برای واردات به قزاقستان	
۰,۰۸۸۸	۲,۴	۰,۰۳۷	بروکراسی های اداری در کشور قزاقستان	
۰,۰۷۰۴	۲,۲	۰,۰۳۲	بی ثباتی سیاسی در قزاقستان و تنش های سیاسی در منطقه	
۰,۰۵۴	۱,۸	۰,۰۳	عدم وجود بانک اطلاعاتی تجار بین دو کشور جهت تقویت پیوند بخش های خصوصی	
۰,۰۲۹۹	۱,۳	۰,۰۲۳	اجرائی نشدن برخی از موافقت نامه و یادداشت تفاهم ها	
۲,۷۶		۱	جمع کل	



با توجه به جداول قبلی ملاحظه کردیم که نمره نهایی عوامل داخلی IFE عدد ۲,۸۸ و نمره نهایی عوامل خارجی EFE عدد ۲,۷۶ بود، بر این اساس جهت ترسیم ماتریس، بایستی نمره عوامل داخلی را در محور افقی و نمره عوامل خارجی را در محور عمودی ترسیم کنیم. همان گونه که در ماتریس ذیل نشان داده شده است، پس از اتصال نقاط مذکور که هر دو بیش از ۲,۵ می باشد، نقطه نهایی در بخش تهاجمی قرار می گیرد.

۵- تحلیل یافته‌ها

جهت توسعه همکاری‌ها از یک سو و همچنین قرار گرفتن تقریبی نقطه تلاقی در مرکز ماتریس، شایسته هست علاوه بر استراتژی تهاجمی، سایر استراتژی‌ها نیز مورد بررسی قرار گرفته و راهبردهای هر یک تهیه گردد. شایان ذکر هست راهبردهای اشاره شده حسب نظر متخصصان و خبرگان و حاصل ابعاد ماتریس SWOT می‌باشد.

همان‌گونه که در بخش پیش اشاره شد، استراتژی مربوطه جهت توسعه صادرات به کشور قزاقستان استراتژی تهاجمی می‌باشد اما با توجه به اهمیت این کشور به عنوان یکی از بازارهای هدف صادراتی و عضو مهم اتحادیه اقتصادی اوراسیا و ضرورت داشتن یک برنامه بلندمدت و جامع

جدول ۷- راهبردهای توسعه صادرات به کشور قزاقستان

نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)	
<p>استراتژی SO</p> <ul style="list-style-type: none"> - توسعه کشت فراسرزمینی، ایجاد گلخانه و احداث کشتارگاه با توجه به تخصص شرکت‌های مرتبط ایرانی در این حوزه - ضرورت تسریع در امضا موافقتنامه تجارت آزاد فیما بین ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا با هدف افزایش تبادلات تجاری فیما بین نظر به پتانسیل‌های و ظرفیت‌های بالای دو کشور - برگزاری نمایشگاه اختصاصی در دو کشور حداقل ۲ بار در سال - اعزام و پذیرش هیات‌های تجاری همزمان با برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی مهم از جمله نفت و گاز، پتروشیمی، کشاورزی، ساختمان - توسعه همکاری‌های مشترک و سرمایه‌گذاری در حوزه تامین سنگ آهن و بوکسیت در قزاقستان - فراهم نمودن شرایط حضور نیروی کار متخصص و ماهر در قزاقستان جهت فعالیت در حوزه معادن و پتروشیمی با توجه به نیاز این کشور به نیروی انسانی متخصص و ماهر - توجه ویژه به بنادر به ویژه بندرعباس به عنوان بندری فعال برای اتصال به جنوب شرق آسیا و تجهیز زیرساخت‌های آن - اهمیت منطقه آزاد انزلی به عنوان تنها منطقه آزاد ایران در حاشیه خزر و ایجاد یک هاب لجستیکی مشترک در این منطقه 	<p>استراتژی WO</p> <ul style="list-style-type: none"> - تقویت توان شرکت‌های صادراتی جهت حضور موفق در بازار قزاقستان از طریق برگزاری همایش‌های تجاری، ایجاد دفاتر مشاوره‌های تجاری، تاسیس مراکز تجاری و اعزام رایزنان بازرگانی - پیگیری جهت افزایش واکن از طریق قرارداد با شرکت‌های تامین‌کننده و همچنین تقویت زیرساخت‌های حمل و نقلی کشورمان با توجه به موقعیت ویژه جغرافیایی و ژئوپلیتیک ایران - ضرورت تشکیل کمیته‌های منظم بین بخش‌های دولتی مرتبط و افزایش تعاملات فیما بین آنان با هدف حمایت از تجار توانمند و تسهیل حضور آنان در بازار قزاقستان 	فرصت (O)
<p>استراتژی ST</p> <ul style="list-style-type: none"> - تبادل بانک اطلاعاتی تجار با هدف تقویت ارتباطات بخش‌های خصوصی توانمند دو کشور - تلاش جهت تقویت برند محصولات ایرانی با هدف رقابت با رقبای بازار قزاقستان - تسهیل شرایط تعرفه‌ای و نیز نوسازی زیرساخت‌های حمل و نقل با هدف تسهیل حضور تجار توانمند در قزاقستان 	<p>استراتژی WT</p> <ul style="list-style-type: none"> - حل مشکلات نقل و انتقالات پولی از طریق ۱- ایجاد کمیته مشترک خدمات بانکی برای استفاده از ارزهای ملی در تجارت ۲- تاسیس شعب بانک‌های خصوصی در قزاقستان ۳- استفاده از مکانیزم تهاجر - راه اندازی تردد شناورهای رو- رو بین بنادر آکتائو و کوریک با بنادر شمالی ایران با هدف تسهیل تردد و کاهش هزینه‌های تمام شده برای تجار - افزایش تعداد خطوط و مقاصد پروازی بین دو کشور 	تهدید (T)

۶- نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی

تعیین شد که بر این اساس تعداد ۴۳ عامل (نقاط قوت ۱۰، نقاط ضعف ۱۱، فرصت‌ها ۱۲، تهدیدها ۱۰) مشخص شد. با ترسیم جدول ارزیابی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و جدول ارزیابی عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، مشخص گردید که راهبرد تهاجمی (SO) به عنوان رویکرد

هدف اصلی این تحقیق بررسی راهکارهای توسعه صادرات ایران به کشور قزاقستان بوده است به همین منظور با بهره‌گیری از نظرات خبرگان، متخصصین و تجار، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدهای توسعه صادرات کشورمان به قزاقستان

منابع

- Atif R.M., Haiyun L., and Mahmood H. (2017). Pakistan's agricultural exports, determinants and its potential: an application of stochastic frontier gravity model. *The Journal of International Trade & Economic Development* 26(3): 257-276.
- Bani Hashemi S. Thaghafi M. (2016) analysis of export development strategies to Central Asian countries with SWOT model in line with the sixth development plan, *Commercial surveys*, Volume 14, Number 77, Page 16-28.
- Doan T.N., and Xing Y. 2018. Trade efficiency, free trade agreements and rules of origin. *Journal of Asian Economics* 55(3): 33-41.
- Hedayati Shahidani M Rahimi, O. (2019). Political Economy of Iran-Kazakhstan Relations and Eurasian Convergence, *Central Asia and the Caucasus journal*, Volume 26, Number 112, Pages 143-167.
- Karbasi A. Mohammadzadeh S. Rasoulia A. Ashrafi M. (2017). strategies for developing exports and expanding economic cooperation with Central Asian countries, the macro and strategic policies, number 21, page 111-126.
- MANAGEMENT STUDY GUIDE (n.d), <https://www.managementstudyguide.com/swot-analysis.htm>
- Market Analysis and Research, International Trade Center (ITC) , www.trademap.org
- Noviyani D.S., Na W., and Irawan T. (2019). Indonesian export efficiency: a stochastic frontier gravity model approach. *International Journal of Scientific Research in Science, Engineering and Technology* 6(1): 488-497.
- Parand F. (2016). the role of foreign transit in the development of Iran's commercial relations with Central Asian countries, opportunities and challenges, *Commercial surveys*, Volume 11, Number 60, Pages 86-72.
- Rasoulinejad E. Sabri P. (2022). Evaluation of the Eurasian Economic Union market for the export of products from Iran, *Commercial surveys*, Volume 20, Number 114, Pages 45-62.
- Reports of Trade Promotion of Organization IRAN, 2016-2022.
- Samadinia O. (2019). Investigation of Iran's export capacities to Kazakhstan, center for strategic studies

مناسب جهت توسعه صادرات به قزاقستان می باشد، در واقع این راهبرد اشاره دارد که با توجه به فرصت های پیش رو، از نقاط قوت خود جهت دستیابی به سهم حداکثری از بازار این کشور استفاده گردد. با توجه به اولویت تجارت خارجی ایران با کشورهای اتحادیه اقتصادی اوراسیا به ویژه قزاقستان و اهمیت توسعه روابط تجاری فیما بین از یک سو و همچنین با توجه به نزدیک بودن نقطه تلاقی استراتژی مربوطه به مرکز ماتریس، راه کارهای توسعه صادرات مربوط به سایر استراتژی ها (محافظه کارانه، رقابتی و تدافعی) با اخذ نقطه نظرات متخصصین ارائه شد. شایان ذکر هست حسب نظرات متخصصین در حال حاضر مهم ترین راهبرد توسعه صادرات به قزاقستان، امضا موافقتنامه تجارت آزاد با اتحادیه اقتصادی اوراسیا، حل مشکلات بانکی فیما بین از طریق تشکیل کمیته های بانکی مشترک، تاسیس شعب بانک های خصوصی در قزاقستان، به کارگیری مکانیزم تهاتر و استفاده از ارزهای ملی در تجارت، افزایش خطوط پروازی مستقیم و مقاصد آن، تامین واگن، استفاده از ظرفیت بنادر و مناطق آزاد دو کشور می باشد.

بدون شک تحقق موارد مطروحه حاصل تعامل و همکاری منسجم بخش های مرتبط کشورمان به ویژه وزارت راه و شهرسازی، وزارت امور خارجه، بانک مرکزی، سازمان توسعه تجارت ایران و سایر دستگاه های مرتبط خواهد بود که حاصل این کارگروهی مهیا نمودن بستر لازم برای حضور تجار و بازرگانان در بازار قزاقستان را به ارمغان خواهد آورد. شایان ذکر است با توجه به حضور رقبای قوی و جدی کشورمان در قزاقستان که چین و روسیه می باشند تقویت و ارتقا دانش و توانمندی های بخش خصوصی در زمینه های صادرات، بازاریابی، بسته بندی و ... بایستی در دستورکار قرار گیرد که این موضوع از طریق برگزاری دوره های آموزشی و همایش های تجاری از طریق نهادهای مرتبط از جمله اتاق بازرگانی، انجمن ها و اتحادیه های مرتبط و سایر بخش های متولی امکان پذیر خواهد بود.

Trading economic. (2020). Ease of Doing Business in Kazakhstan, <https://tradingeconomics.com/kazakhstan/ease-of-doing-business>

Voshoqi S. Safari A. (2016). Kazakhstan's role in expanding relations between Iran and China in Central Asia, *Central Eurasia Studies* , Volume 10, Number 2, Pages 467-484.

Zahonogo P. (2016). Trade and economic growth in developing countries: Evidence from sub-Saharan Africa. *Journal of African Trade* 3(2): 41-56.

