



Демография для бизнеса в Казахстане

Алдияр Ауезбек

г. Нур-Султан

2020

Демография для бизнеса

Ключевой **фактор успеха B2C** сегмента (*бизнес для потребителя¹*) - **спрос потребителей**, который отчасти заключается в численной концентрации населения на местах. Помимо общей численности бизнес интересуют определенные группы населения в зависимости от их **демографических характеристик**, такие как пол и возраст. В итоге, первостепенным фактором для принятия правильных **стратегических, маркетинговых и управленческих решений** является комплексное понимание месторасположения населения с учетом демографических показателей и последних тенденций.

Основываясь на данных о населении можно ответить на **интересующие бизнес вопросы**, такие как:

- **в каких локациях стоит расширяться?**
- **ожидается ли падение спроса?**
- **какие группы потребителей стоит таргетировать?**
- **какие имеются тренды?**

В этой статье представлены **5 блоков, которые раскрывают демографические возможности и риски** для бизнесменов:

- 1. Перспективные районы и города**
- 2. Перспективные группы населения**
- 3. Портрет населения территорий**
- 4. Относительная концентрация населения**
- 5. Пример для бизнесменов**

¹ коммерческие взаимоотношения между бизнесом и конечным потребителем в виде частных лиц

1 Перспективные районы и города

Перспективность районов и городских администраций² (далее – города) с точки зрения демографии может измеряться **численностью населения и темпами роста**. Это демонстрирует, какие рынки являются наиболее приоритетными для дальнейшего расширения, а на каких ожидается уменьшение населения и, соответственно, спроса.

Рисунок 1 демонстрирует подобную перспективность районов³. Наблюдается общая тенденция: **чем больше населения, тем выше темпы роста**. В целом, население концентрируется в крупных городах и районах и уменьшается в малых.

Рисунок 1. Перспективность районов и городов на начало 2020 г.



среднегодовые темпы роста – в числовом значении (0,02 = 2%)

² городские администрации включают в себя города и близлежащие населенные пункты; три города республиканского значения представлены только численностью города

³ порог приоритетности численности населения – более 100 тыс. человек; порог приоритетности среднегодовых темпов роста – более 0% в год

1. Города – наиболее перспективные территории для ведения бизнеса

В первом квадранте наиболее перспективных территорий находятся **22 администрации городов республиканского и областного значений**. Они показывают положительный рост при уже большой численности населения.

При осуществлении **тренда урбанизации**, данный тезис является логичным и ожидаемым. Это связано с наличием рабочих мест, сравнительно высокими доходами и более высоким качеством жизни⁴.

В список этих городов входят гг. Алматы, Нур-Султан, Шымкент, Актобе, Караганда, Павлодар, Тараз, Атырау, Семей, Усть-Каменогорск, Уральск, Кызылорда, Костанай, Петропавловск, Кентау, Актау, Темиртау, Талдыкорган, Кокшетау, Жанаозен, Экибастуз, Рудный (*полный список в Приложении 2*).

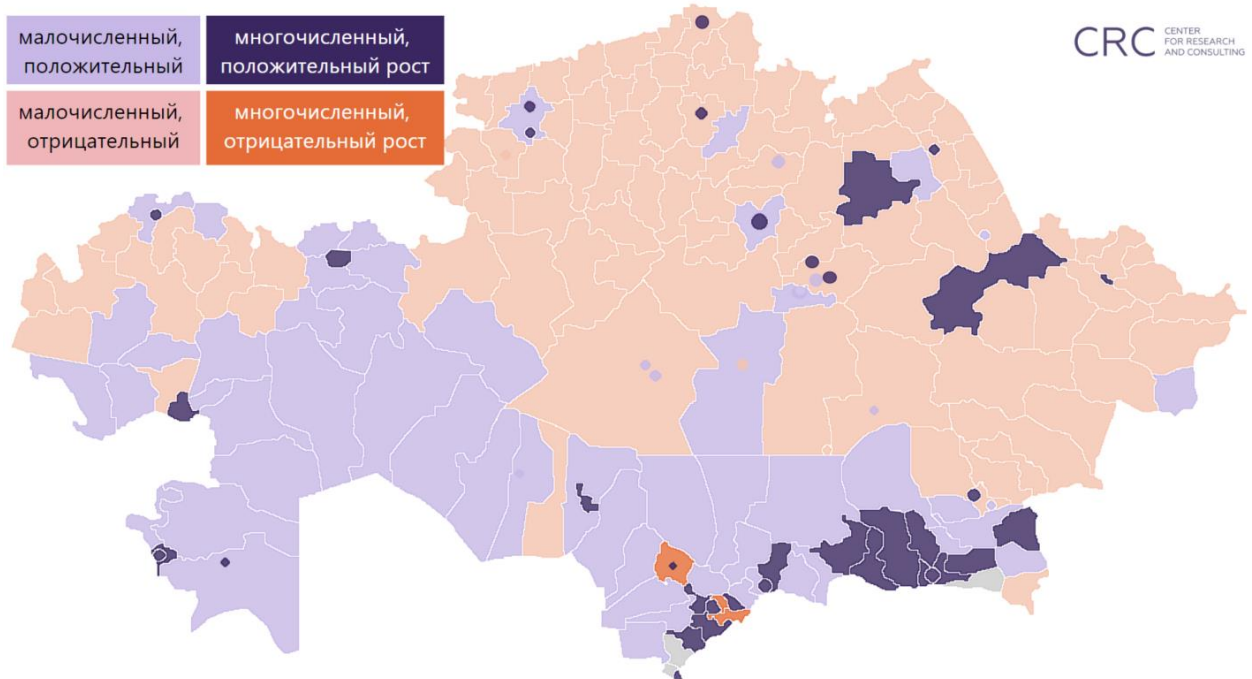
С точки зрения пространства специфика некоторых товаров и услуг ограничивает возможности выхода на дальние рынки. К примеру, производство скоропортящихся товаров (*определенные продукты питания*), нерентабельность перевозок на большие расстояния или необходимость близкого расположения бизнеса и потребителей (*пример, парикмахерские*). Вследствие этого бизнес должен принимать решения, учитывая **перспективность территорий и фактор расстояния**.

2. Районы вокруг городов имеют средний уровень перспективности

В соседних с городами районах (*Рисунок 2*) наблюдается **высокий и средний уровень перспективности** (*Рисунок 1: квадранты I, II и IV*).

⁴ КС МНЭ РК

Рисунок 2. Карта перспективности районов и городов на начало 2020 г.⁵



Это связано с положительными эффектами городов, которые распространяются на близлежащие районы. К ним относятся: создание рабочих мест, более качественный уровень жизни в сравнении с отдаленными районами и низкие расходы в сравнении с городами. Как следствие, часть населения живет по принципам «маятниковой миграции»⁶. Также, эти территории могут быть «буферной зоной» (пример, село -> районный центр -> населенные пункты возле крупных городов -> крупный город) для постепенной миграции с возможностью сохранения привычного образа жизни.

Поэтому бизнесу **следует акцентировать внимание на районы, расположенные рядом с городами**, как крупными рынками сбыта. К примеру, Талгарский и Илийский районы возле г. Алматы, Целиноградский район возле г. Нур-Султан, Ордабасинский, Казыгуртский и Толембийский районы возле г. Шымкент, Байзакский район возле г. Тараз, Мунайлинский район возле г. Актау, Костанайский район возле г. Костанай, район Байтерек возле г. Уральск, Алгинский, Каргалинский, Хромтауский и Мартукский районы возле г. Актобе.

⁵ данные трех районов (отмечены серым) объединены с районами к которым они относились до их административного деления: Алматинская область – Райымбекский к Кегенскому району, Туркестанская область – Мактааральский к Жетысайскому району, Сарыагашский к Келесскому району

⁶ проживание в одном населенном пункте при поездках на работу в другой

3. Территории на юге и западе являются перспективными

Большое количество районов со средней перспективностью⁷ наблюдается в южных и западных регионах страны (Рисунок 2). Одна из причин – высокая рождаемость в этих регионах⁸.

Во втором квадранте находятся районы и города с большой численностью населения, но отрицательными темпами роста. К ним относятся территории Туркестанской области: **г.а. Туркестан, Толембийский и Сайрамский районы**. Для бизнеса эти районы могут быть интересны в краткосрочном периоде как **относительно большие состоявшиеся рынки**.

Третий квадрант – территории с небольшой численностью населения, но положительной динамикой. К ним относятся **61 район и город** Казахстана, большинство из которых сосредоточены вдоль южной дуги. При этом наиболее высокие темпы роста наблюдаются в Тупкараганском и Бейнеуском районах Мангистауской области. Они могут быть интересны для бизнеса **в среднесрочном периоде** при наличии планов постепенного расширения бизнеса или при таргетировании ограниченного числа потребителей.

4. Районы в приграничных территориях с Россией и центральном Казахстане имеют низкую перспективность

Наименее перспективные районы и города находятся в четвертом квадранте (Рисунок 1). Это небольшие по численности населения территории с отрицательными темпами роста. Насчитывается **99 таких районов и городов**. Многие находятся **в приграничных с Россией регионах**, а также **Акмолинской и Карагандинской областях**.

Это связано с относительно низким уровнем рождаемости и высокой эмиграцией населения⁹. Миграция происходит в двух направлениях – в города Казахстана или Россию.

При ведении деятельности в этих районах бизнес должен учитывать возможность **падения спроса**. Одним из решений является **выход на рынки южных регионов Казахстана и экспорт в приграничные регионы России** (крупные города: Саратов, Самара, Оренбург, Челябинск, Омск, Новосибирск).

⁷ большая численность при негативных темпах роста и малая численность при положительных темпах роста (квадрант II и IV)

⁸ суммарный коэффициент рождаемости, КС МНЭ РК

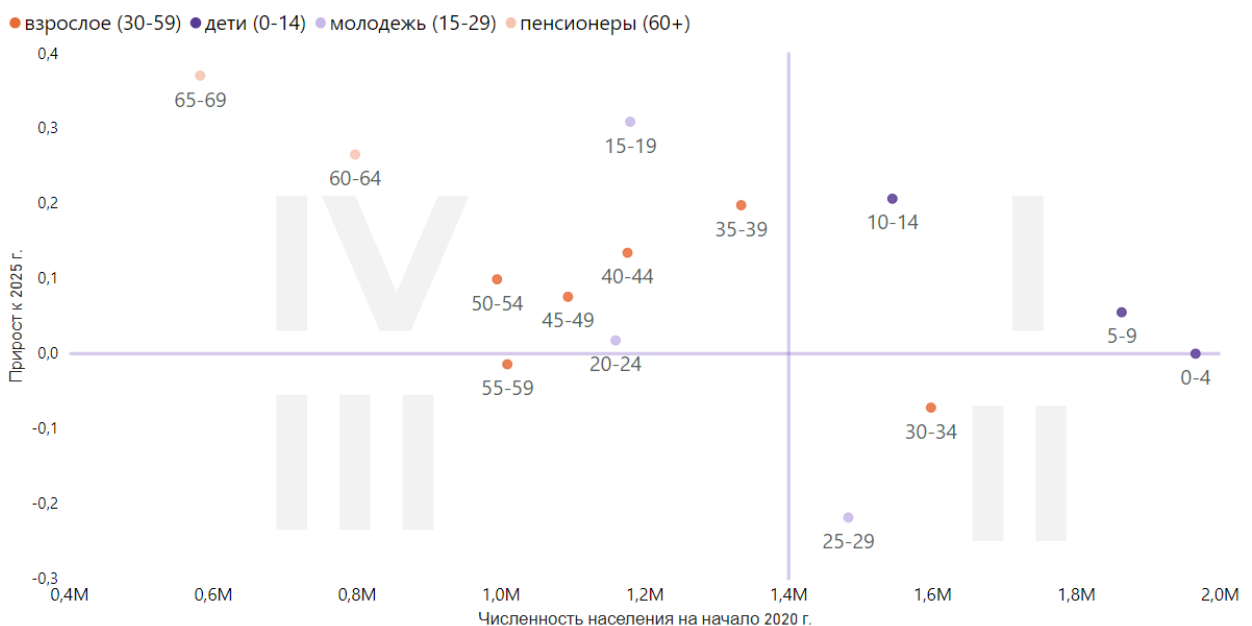
⁹ КС МНЭ РК

2 Перспективные группы населения

Расширение бизнесом базы своих потребителей требует понимания, **какие группы населения наиболее приоритетны. Так же, как** выход на новые рынки, требуется понимание их **демографической структуры**. Для этого к территориям проживания по районам была введена дополнительная характеристика – пятилетние возрастные группы¹⁰.

Перспективность возрастных групп в данном случае рассчитывается через текущую **численность населения и ожидаемый прирост возрастных групп к 2025 году**¹¹. В Казахстане группы сильно различаются (Рисунок 3), распределившись по 4-м квадрантам. Однако, заметно как группы внутри **больших сегментов имеют схожие характеристики**: дети (0-14 лет¹²), взрослое население (35-54 года) и пенсионеры (60-70 лет¹³).

Рисунок 3. Перспективность возрастных групп



¹⁰ в данном анализе пол человека не учитывается, так как гендерное распределение составляет пропорции близкие 1 к 1 (один к одному)

¹¹ прогноз прироста возрастных групп происходит методом пятилетнего сдвига возрастных групп от 2020 к 2025 году

¹² метод сдвига возрастных групп не позволяет спрогнозировать количество детей 0-4 лет. В графике значения прироста поставлены на уровне 0%

¹³ из графика были исключены возрастные группы старше 70 лет, так как метод сдвига не учитывает смертность населения и ожидаемая продолжительность жизни составляет 73,2 года

1. Дети являются наиболее перспективной группой для таргетирования

Дети – наиболее **многочисленная и растущая** группа населения, что делает их наиболее привлекательной аудиторией для таргетирования. Особенно отличаются дети в возрасте 0-4 лет (*наиболее многочисленные*) и 10-14 лет (*наибольший прирост*).

Товары и услуги для них в течение еще 5-10 лет будут иметь высокий спрос: памперсы, игрушки, детская одежда, канцелярские товары, детский медиа-контент и так далее. Среди услуг стоит отметить детские сады, центры развития, детские центры досуга и развлечений и другие.

2. Высокий прирост численности молодежи 15-19 лет и взрослого населения

Возрастные группы молодежи имеют разные паттерны прироста и текущей численности. Так, группу в возрасте **15-19 лет ожидает один из самых высоких приростов** среди всех стран (*увеличение на 31%*).

Практически **все взрослое население занимает третий квадрант**, что говорит об их положительном росте к 2025 году.

Данная группа населения наиболее **платежеспособна и финансово независима**, что делает их привлекательными для бизнесменов. Более того, **потребности взрослого населения более однородны** среди пятилетних групп. К примеру спрос на технику, автомобили, стиль одежды, виды досуга и другое.

3. Пенсионеры – «голубой океан» возрастных групп

Пенсионеры в Казахстане являются **немногочисленной группой**. На это есть несколько причин: низкая продолжительность жизни (*73,2 года*), исторические события и потрясения.

Однако **ожидается значительное увеличение численности пенсионеров из-за половозрастной структуры населения**, улучшения социально-экономической ситуации и увеличения продолжительности жизни.

Текущее предложение товаров и услуг для пенсионеров является ограниченным в связи с небольшим спросом и отсутствием концентрации пенсионеров в определенных точках. Однако **в будущем при росте числа пенсионеров, будет увеличиваться спрос** на определенный спектр товаров и услуг, начиная от здравоохранения,

рекреационных центров, фармацевтики, предметов досуга и развлечений. **Для бизнесменов имеется возможность занять данную нишу при малой текущей конкуренции.**

4. Ожидается уменьшение и «стагнация» в четырех возрастных группах

Наибольшее **падение ожидается** в возрастной группе **молодежи** в возрасте **25-29 лет** – на 22%. Данная возрастная группа включает в себя «свежие» кадры, молодоженов и первое родительство. **Данное обстоятельство может привести к негативным последствиям на рынке труда (нехватка молодых кадров) и ресторанному бизнесу («той-бизнес»).**

Похожая ситуация ожидается для группы в возрасте **20-24 лет**, которая **сильно не изменится** и имеет схожие потребности с группой молодежи 25-29 лет.

Другую группу в возрасте **30-34 лет**, несмотря на текущую многочисленность, ожидает **уменьшение на 7%**. Однако поскольку эта группа населения входит в группу взрослого населения, для бизнеса критических последствий не предвидится.

Предпенсионная группа в возрасте **55-59 лет** к 2025 году останется **без особых изменений** в численности.

Данные тренды релевантны для большинства районов и городов. Однако, если бизнес заинтересован в определенных территориях, то это требует отдельного изучения каждого из них. Районы и города, помимо изменения в рождаемости, подвержены перетоку населения и ресурсов (в рамках модели «центр-периферия»)(см. [блог компании](#)).

3 Портрет населения территорий

Одним из классических инструментов маркетинга является выявление **портрета клиента**. Для первичного анализа бизнес имеет возможность составить демографический портрет территорий по характеристикам пола, возраста и типа местности. Это необходимо, чтобы **понять спрос или сравнить территории между собой**. Более подробная демографическая структура населения в Приложении 1.

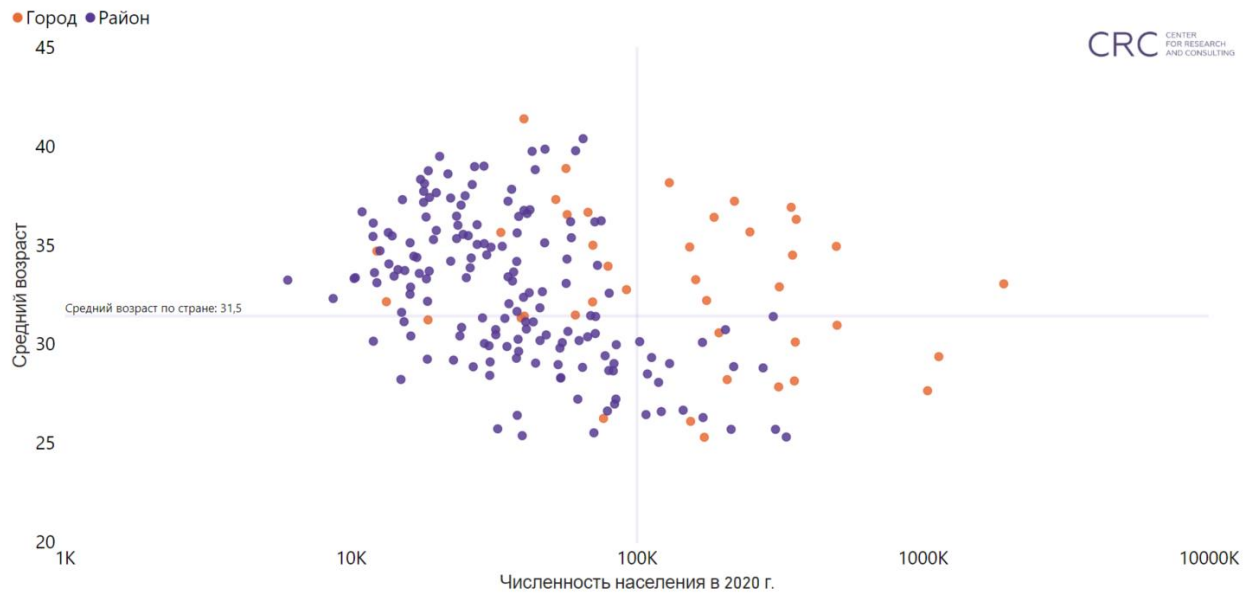
1. Средний возраст населения территорий значительно различается

Средний возраст населения сильно различается по районам и городам. Так, **показатель по стране находятся в диапазоне 30-34 лет¹⁴, но максимальная разница** между районами и городами достигает **16 лет** (25,3 года в г. Туркестан и 41,4 в г. Лисаковск, Костанайская область).

Данные на Рисунке 4 позволяют **разграничить районы по численности и среднему возрасту в зависимости от потребностей бизнеса**. К примеру, большинство городов подпадают под категорию многочисленных (более 100 тыс. чел.), а средний возраст превышает среднее значение по стране.

¹⁴ средневзвешенные расчеты пятилетних групп по базе численности населения на начало 2020 г., КС МНЭ РК

Рисунок 4. Средний возраст населения районов и городов



2. «Молодой» юго-запад

Пространственное распределение населения по среднему возрасту (Рисунок 5) демонстрирует региональные паттерны. Так, заметна **концентрация молодого населения в южных и западных регионах**. Особенно ярко выделяются Туркестанская, Кызылординская, Мангистауская и Атырауская области.

Ключевыми причинами являются высокая рождаемость и более ранние браки¹⁵.

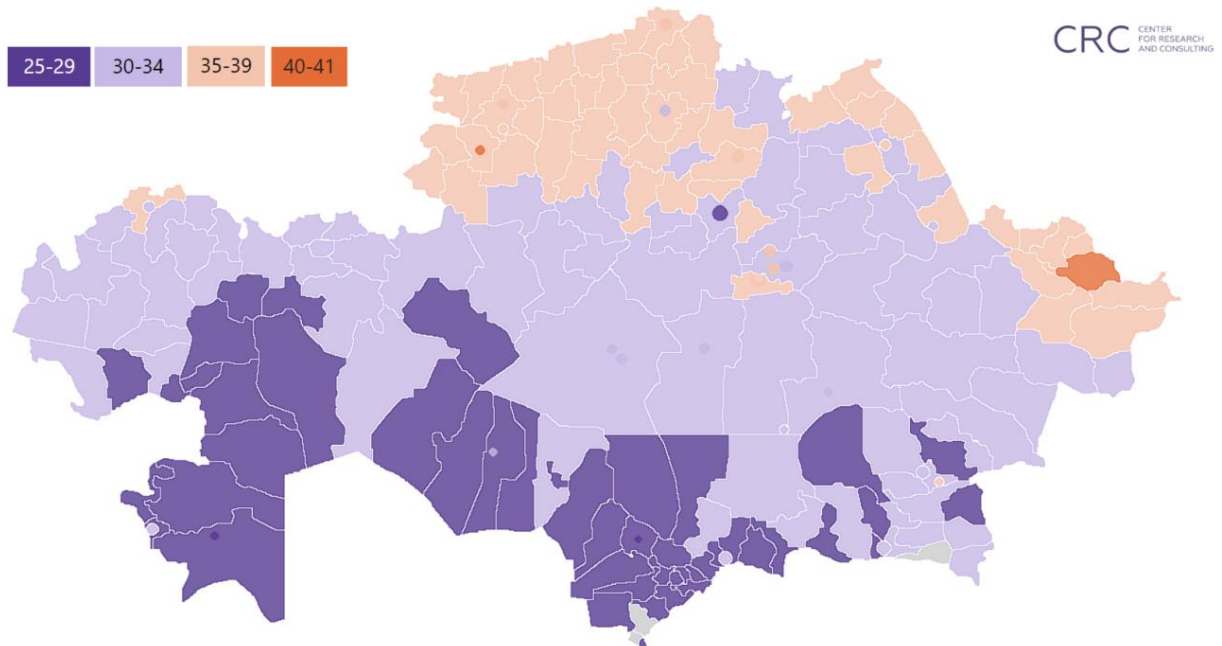
Отдельно стоит отметить относительно **«молодой» г. Нур-Султан**, который значительно отличается от близлежащих районов, на 10 лет. Логичным предположением является то, что существует большая доля молодых внутренних мигрантов (особенно с юга) с большим количеством детей.

Для бизнеса, таргетирующего молодое население, данные районы могут быть наиболее интересными для продвижения и маркетинга.

Наиболее молодыми территориями являются: г. Туркестан и Сарыагашский район Туркестанской области и Мангистауский район Мангистауской области (25,3 года).

¹⁵ КС МНЭ РК

Рисунок 5. Средний возраст населения в районах и городах¹⁶



3. «Взрослый» северо-восток

На севере и востоке страны проживает в среднем более взрослое население. К этим районам и городам относятся территории ВКО, Павлодарской, Акмолинской, СКО, Костанайской областей и один район в ЗКО.

Наиболее «взрослыми» локациями являются г. Лисаковск Костанайской области и район Алтай ВКО, средний возраст в которых превышает 40 лет.

Причинами данной ситуации является комбинация взаимосвязанных факторов: высокая эмиграция молодого населения в другие регионы и страны (особенно в Россию), низкая рождаемость и низкие доходы¹⁷.

¹⁶ данные трех районов (отмечены серым) объединены с районами к которым они относились до их административного деления: Алматинская область – Райымбекский к Кегенскому району, Туркестанская область – Мактааральский к Жетысайскому району, Сарыагашский к Келесскому району

¹⁷ КС МНЭ РК

4 Относительная концентрация населения по полу и возрасту

Для более детальной картины по районам помимо среднего возраста **можно рассмотреть относительную концентрацию населения по каждой отдельной половозрастной группе.**

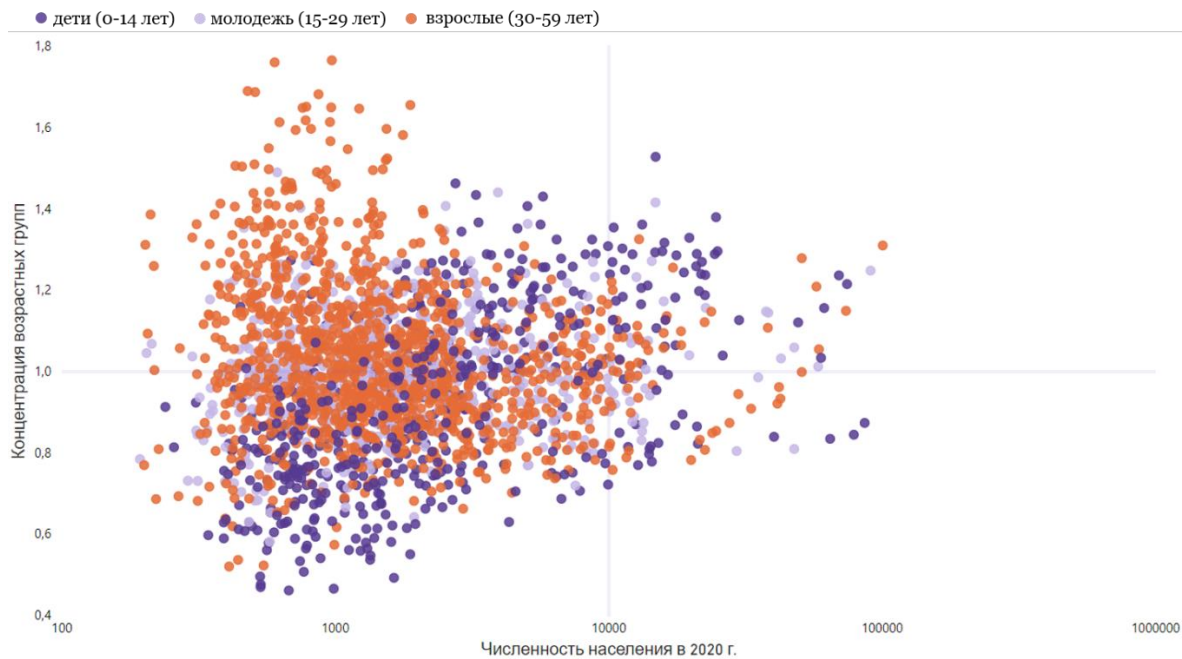
Относительная концентрация районов – это соотношение доли одной половозрастной группы в районе к доле этой половозрастной группы в стране. К примеру, если доля девочек в возрасте 5-9 лет равна 5% в одном районе, а по стране – 3%, то относительная концентрация будет 1,7 (5%/3%).

Этот показатель демонстрирует, **в каких районах определенной группы больше, а в какой меньше чем по стране.** Бизнесу эти данные **помогут более точно определить потенциальную аудиторию в интересующих городах и районах.**

1. Относительная концентрация коррелирует с географией

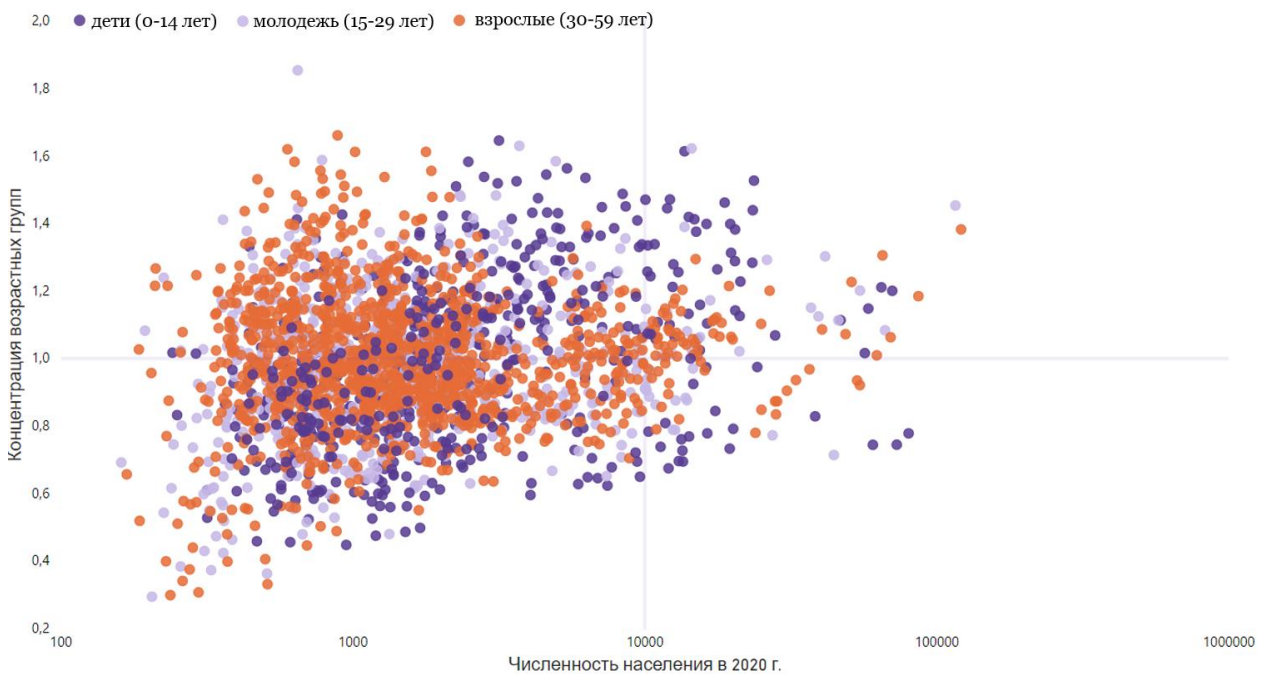
При изучении графиков относительной концентрации мужчин и женщин по районам (*Рисунки 6 и 7*), становится заметной **последовательность выводов по данным о среднем возрасте** районов и городов. Так, относительная **концентрация детей выше в южных и западных районах**, а **взрослого населения выше в северных и восточных районах.**

Рисунок 6. Относительная концентрация мужчин по районам и городам



Из графиков были исключены пенсионеры, так как из-за малой численности их концентрация доходит до 10.

Рисунок 7. Относительная концентрация женщин по районам и городам



2. Дети преобладают в крупных территориях

Детальный анализ (Рисунок 8) демонстрирует тренд, что **доля мальчиков в возрасте 0-14 лет растет быстрее увеличения их численности** (аналогично для девочек).

Это наблюдается в первую очередь **в гг. Нур-Султан и Шымкент и районах южных областей**. Так, наибольшая относительная концентрация детей наблюдается в г. Туркестан, Тупкараганском, Бейнеуском и Мангистауском районах Мангистауской области.

С другой стороны, **наименьшая доля детей наблюдается в северных районах**, в частности в г. Лисаковске, Мендыкаринском, Узункольском и Сарыкольском районах Костанайской области.

Рисунок 8. Относительная концентрация мальчиков (0-14 лет) по районам и городам



5 Пример для бизнесменов

Рассмотрим **пример анализа** для бизнесмена из г. Караганды:

1. Численность населения г. Караганды – 497,95 тыс. человек (5-место среди городов и районов);
Доля женщин – 54,0% (в Казахстане 51,5%); доля мужчин – 46,0% (48,5%).
2. Город является перспективным, так как имеет незначительные, но положительные темпы роста в 1% в год за 2009-2020 годы;
Население города за 2009-2020 гг. увеличилось на 8%.
3. Ближайшие территории с высоким уровнем перспективности: гг. Темиртау, Нур-Султан, Семей, Экибастуз, Павлодар, Балхаш, Жезказган, Сатпаев;
Ближайшие территории со средним уровнем перспективности: гг. Сарань, Шахтинск, Абайский и Жанааркинский районы Карагандинской области, Целиноградский район Ақмолинской области.
4. Доля детей – 23,2% (в Казахстане 28,8%), молодежи – 19,1% (20,5%), взрослых – 41,7% (38,7%), пенсионеров – 16,0% (12,0%). В возрастном составе город представлен взрослыми возрастными группами и имеет малое количество детей.
5. Средний возраст – 35,0 лет, что выше среднего по стране (30-34 лет). Это выше чем в большинстве близлежащих районов и городов (за исключением Абайского района и г. Темиртау).

Пример выводов:

Город Караганда является одним из наиболее перспективных рынков в Казахстане. Однако, в последние годы население значительно не изменилось. В ближайшем будущем не ожидается высокого прироста за счет естественного увеличения.

В радиусе 500 км от города находятся другие перспективные рынки, в основном города Карагандинской области. Эти рынки являются наиболее приоритетными с учетом расстояний, перспективности и возможностей для конкуренции.

В городе преобладает взрослое население, что вызвано низкой рождаемостью и высоким уровнем эмиграции молодежи среди населения.

В зависимости от специфики товара и услуг бизнесу необходимо:

- выходить на новые территории по трем направлениям: близлежащие перспективные районы, южные районы Казахстана, экспорт в Россию;
- ключевая аудитория для таргетирования – взрослое население.

Если товар таргетирует детей, скоропортящийся и его дорого возить, то имеет смысл задуматься над перемещением производства в южные области.

Заключение:

Целью данной статьи была демонстрация важности учета демографического портрета и трендов населения, которые формируют спрос на товары и услуги. Районы и города Казахстана сильно различаются по этим показателям, поэтому для принятия правильных решений необходимо изучать и учитывать эти данные.

Ссылки:

Данные – Комитет по статистике при Министерстве национальной экономики, 2020

Обложка – веб-сайт Unsplash.com

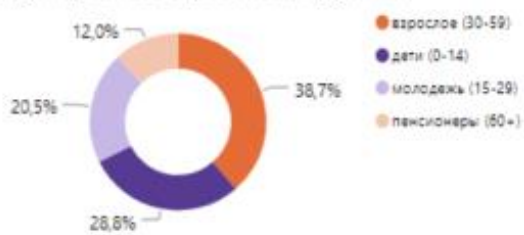
Статья на нашем сайте - <https://crcons.com/rus/demographyforbusiness>

Приложение 1. Демографическая структура населения Казахстана на начало 2020 года

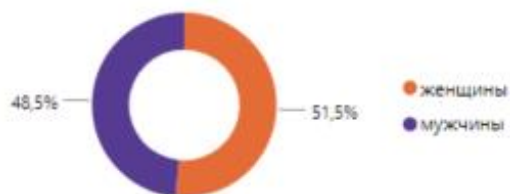
Численность населения

18,63M

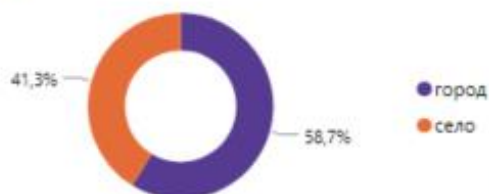
Структура по возрастным группам



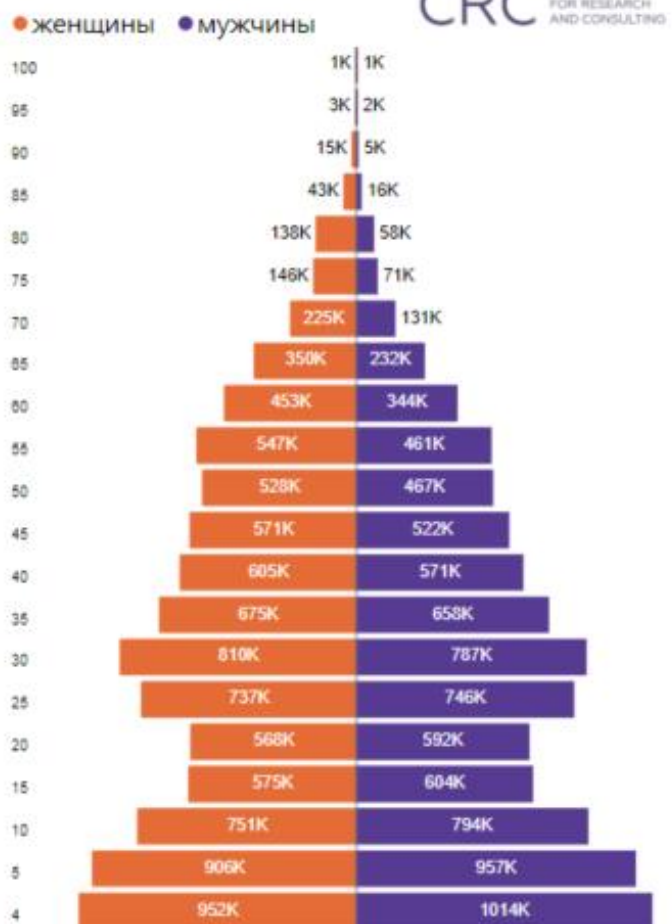
Структура по полу



Структура по типу местности



Половозрастная пирамида



Приложение 2. Наиболее перспективные территории

Территория	Численность населения на начало 2020 г.	Среднегодовые темпы роста, 2009-2020 гг., %
Г. АЛМАТЫ	1 916 822	3,2%
Г. НУР-СУЛТАН	1 136 156	5,9%
Г. ШЫМКЕНТ	1 038 152	5,1%
АКТЮБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, АКТОБЕ Г.А.	500 757	2,3%
КАРАГАНДИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, КАРАГАНДА Г.А.	497 954	0,7%
ПАВЛОДАРСКАЯ ОБЛАСТЬ, ПАВЛОДАР Г.А.	360 502	0,6%
ЖАМБЫЛСКАЯ ОБЛАСТЬ, ТАРАЗ Г.А.	357 795	0,7%
АТЫРАУСКАЯ ОБЛАСТЬ, АТЫРАУ Г.А.	355 117	3,6%
ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, СЕМЕЙ Г.А.	349 957	0,7%
ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, УСТЬ-КАМЕНОГОРСК Г.А.	346 127	0,9%
ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, САРЫАГАШСКИЙ РАЙОН	332 819	1,9%
ЗАПАДНО-КАЗАХСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, УРАЛЬСК Г.А.	314 657	2,2%
КЫЗЫЛОРДИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, КЫЗЫЛОРДА Г.А.	312 861	2,8%
ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, МАКТААРАЛСКИЙ РАЙОН	305 050	0,6%
АЛМАТИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ЕНБЕКШИКАЗАХСКИЙ РАЙОН	299 597	1,4%
АЛМАТИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, КАРАСАЙСКИЙ РАЙОН	276 078	1,0%
КОСТАНАЙСКАЯ ОБЛАСТЬ, КОСТАНАЙ Г.А.	248 267	1,3%
СЕВЕРО-КАЗАХСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ПЕТРОПАВЛОВСК Г.А.	219 231	0,7%
АЛМАТИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ИЛИЙСКИЙ РАЙОН	217 879	2,3%
ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, КЕНТАУ Г.А.	206 720	8,9%
АЛМАТИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ТАЛГАРСКИЙ РАЙОН	203 922	1,7%
МАНГИСТАУСКАЯ ОБЛАСТЬ, АКТАУ Г.А.	193 494	1,2%
КАРАГАНДИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ТЕМИРТАУ Г.А.	186 080	0,5%
АЛМАТИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ТАЛДЫКОРГАН Г.А.	175 181	1,6%
МАНГИСТАУСКАЯ ОБЛАСТЬ, МУНАЙЛИНСКИЙ РАЙОН	170 212	8,0%
АЛМАТИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ЖАМБЫЛСКИЙ РАЙОН	169 402	3,4%
АКМОЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, КОКШЕТАУ Г.А.	160 431	0,8%
МАНГИСТАУСКАЯ ОБЛАСТЬ, ЖАНАОЗЕН Г.А.	154 003	2,9%
ПАВЛОДАРСКАЯ ОБЛАСТЬ, ЭКИБАСТУЗ Г.А.	152 854	0,7%
ЖАМБЫЛСКАЯ ОБЛАСТЬ, КОРДАЙСКИЙ РАЙОН	145 007	1,4%
АЛМАТИНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ПАНФИЛОВСКИЙ РАЙОН	130 011	1,3%
КОСТАНАЙСКАЯ ОБЛАСТЬ, РУДНЫЙ Г.А.	129 745	0,5%
ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ОРДАБАСЫНСКИЙ РАЙОН	121 622	1,6%
ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, ТЮЛЬКУБАССКИЙ РАЙОН	112 489	1,5%
ЖАМБЫЛСКАЯ ОБЛАСТЬ, БАЙЗАКСКИЙ РАЙОН	108 787	2,5%
ТУРКЕСТАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, КАЗЫГУРТСКИЙ РАЙОН	107 528	0,6%
ЖАМБЫЛСКАЯ ОБЛАСТЬ, ШУСКИЙ РАЙОН	102 199	0,7%

Автор:



Алдияр Ауезбек

Аналитик

aldiyar@crcons.com

Связаться с нами:



Веб-сайт: www.crcons.com

Электронная почта: info@crcons.com

Телефон: 8 (717) 27 25 002

Адрес: РК, Z05H0T3, г. Нур-Султан,
ул. Кабанбай батыра 8, офис 117

Facebook: [@CenterResearchConsulting](https://www.facebook.com/CenterResearchConsulting)

LinkedIn: [@center-for-research-and-consulting](https://www.linkedin.com/company/@center-for-research-and-consulting)