

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کشورسوریه

راه‌نمای تجارت با



tpo.ir

Free Trade Promotion Organization

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۱۷۴-۵

راهنمای تجارت با کشور سوریه

شناسنامه پدیدآورندگان:
سازمان توسعه تجارت ایران
معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان: دکتر محمدعلی ضیغمی
مدیر طرح: رضا توفیقی
مجری طرح: آزاده زارعی، مهرداد وفا
مدیرهنری: فرشته سعیدا

شناسنامه کتاب:

چاپ اول: فروردین ماه ۱۳۸۸

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال

ویرایش، صفحه‌آرایی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی
ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
نشانی: تهران، بزرگراه شهید چمران، محل دائمی نمایشگاه‌ها، سازمان توسعه تجارت ایران
تلفن: ۲-۲۲۶۶۴۰۳۱

نسخه الکترونیکی کتاب: www.tpo.ir

E.mail: info@tpo.ir

سخن رئیس کل سازمان

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ.

طی سالهای گذشته، شاهد تکوین تدریجی «نظام اقتصادی یکپارچه جهانی» بوده‌ایم. توسعه دانش و فناوری در عرصه‌های مختلف، وضعیت متفاوتی از کسب و کار را در این سالها در پی داشته است. از یکسو توسعه ارتباطات و دسترسی گسترده مشتریان به اطلاعات، چهره بازارها را دگرگون نموده و «خواسته‌های» آنها را تحت تأثیر قرار داده و از سوی دیگر تولید مبتنی بر فناوری پیشرفته و روشهای اصلاح شده، امکان پاسخگویی به تقاضاهای متنوع و متغیر مشتریان را فراهم نموده است.

نقش تعیین کننده عوامل تولید در معرفی محصول، به ویژه محصولات جدید، اکنون جای خود را به عوامل موجد رضایت مشتری و بازار داده است. این وضعیت، پارادایم حاکم بر روابط صنعت - بازار را به نفع بازار تغییر داده و نقش تعیین کننده بازار و فرصتها و محدودیتهای آن را به جای تولید و فرصتها و محدودیتهای آن نشانده است. اگر به این مهم، جهانی شدن بازارها را نیز بیافزاییم، آنگاه ضرورت مطالعه و شناخت بازارها، بخشهای آن و راهکارهای بازاریابی برای کسب سهم مناسب از بازارهای هدف به خوبی نمایان می‌شود.

تعدد و تنوع عوامل محیطی مؤثر بر موفقیت کسب و کارها، به ویژه در بازارهای جهانی، نسبت به گذشته که قلمرو فعالیتها محلی و ملی بوده، بسیار بیشتر است. امروزه شناخت این عوامل نسبت به شناخت عوامل داخلی بنگاه به دلیل تأثیرگذاری آنها در تحلیلهای مربوط به فرصتهای کسب و کار مقدم است. به همین دلیل مدیران سازمانها باید عناصر غیر قابل کنترل محیطی را شناخته و آنها را تا آنجا که ممکن است، مدیریت نمایند.

در تمام محیطهای کسب و کار، شرایط نامطمئن به وسیله عناصر غیرقابل کنترل به وجود می‌آید و هر بازار جدید، مجموعه عوامل غیر قابل کنترل خاص خود را نیز به آن اضافه

می‌کند. مدیر موفق برنامه بازاریابی خود را به نحوی طراحی می‌کند که بهتر بتواند با شرایط نامطمئن محیط کسب و کار منطبق شود.

مهم‌ترین عوامل غیر قابل کنترل محیط بین‌المللی عبارت‌اند از:

❖ عوامل سیاسی - قانونی

❖ عوامل فرهنگی

❖ عوامل اقتصادی

❖ زیر ساختها، فناوری، رقبا، نظام توزیع و غیره

تلاش همه بنگاه‌ها برای دسترسی به اطلاعات مربوط به عناصر غیر قابل کنترل محیطی، مستلزم صرف هزینه و ایجاد مخاطرات ناشی از عدم صحت و دقت اطلاعات جمع‌آوری شده است. به این جهت و در راستای حمایت از شرکتهای ایرانی، برای ورود و کسب موفقیت آنها در بازارهای خارجی، سازمان توسعه تجارت ایران اقدام به تهیه و انتشار مجموعه کتابهایی با عنوان «راهنمای تجارت با کشورها» نموده است.

در گردآوری و تدوین اطلاعات این کتابها تلاش شده است تا اطلاعات دقیق و به‌روز، با بهره‌گیری از منابع اطلاعاتی موثق در اختیار خواننده گرامی قرار گیرد. به دلیل تغییرات نسبتاً سریع، این اطلاعات در فاصله‌های زمانی مناسب به روز شده و در چاپهای بعدی منتشر خواهد شد. با این حال، این دقت ما را از رهنمودهای اساتید و صاحب‌نظران محترم بی‌نیاز نمی‌کند و از هرگونه راهنمایی و تذکر صاحبان فکر و فعالان عرصه تجارت خارجی ایران استقبال می‌نماییم.

در پایان لازم می‌دانم از همکاری همه دست‌اندرکاران تهیه و تولید مجموعه کتابهای حاضر به ویژه جناب آقای دکتر محمدعلی ضیغمی «معاون بازاریابی و تنظیم روابط سازمان» و جناب آقای رضا توفیقی، «مدیر طرح» و کلیه کارشناسان سازمان که با این مجموعه همکاری نموده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را بنمایم. همچنین از سرکار خانم محبوبه اصغرپور و همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی به خاطر تلاشهای ایشان در طراحی و تولید این مجموعه سپاسگزارم.

مهدی غضنفری

معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران

فهرست صفحه

بخش اول: کلیات

اطلاعات پایه

- ۱۳ نام کشور
- ۱۳ موقعیت جغرافیایی
- ۱۳ مساحت
- ۱۳ جمعیت
- ۱۴ شهرهای مهم
- ۱۴ همسایگان
- ۱۵ واحد پول
- ۱۵ تفاوت زمان با ایران

فصل اول: محیط سیاسی و قانونی

- ۱۷ محیط سیاسی
- ۱۷ تاریخچه
- ۱۸ نوع حکومت و ارکان اصلی کشور
- ۲۳ افراد و گروه‌های بانفوذ

- ۲۳ وضعیت ریسک سیاسی
- ۲۴ **محیط قانونی**
- ۲۴ قانون سرمایه‌گذاری خارجی
- ۲۵ قانون سرمایه‌گذاری
- ۲۹ قانون مناطق آزاد تجاری و صنعتی
- ۳۰ قوانین گمرکی
- ۳۱ قوانین بانکی
- ۳۲ قوانین مالکیت فکری
- ۳۶ بخشهایی از قوانین سوریه
- ۳۷ **عضویت در پیمانهای اقتصادی و نهادهای بین‌المللی**

فصل دوم: محیط فرهنگی

- ۳۹ **ارکان فرهنگی و اجتماعی**
- ۳۹ مذهب
- ۳۹ زبان
- ۴۰ الگوی زندگی
- ۴۰ نهادهای اجتماعی و دینی
- ۴۱ رسانه‌ها
- ۴۲ ارزشهای غالب، آداب و رسوم خاص
- ۴۳ تعطیلات رسمی
- ۴۴ **فرهنگ مذاکره**
- ۴۴ دیدگاه کلی نسبت به ایران
- ۴۵ آداب مذاکره
- ۴۵ تحلیل حرکات بدنی

فصل سوم: محیط اقتصادی

- ۴۷ **سیستم اقتصادی و نقش دولت**
- ۴۹ بخش نفت

- ۴۹ بخش گاز
- ۵۰ بخش صنعت
- ۵۰ بخش کشاورزی
- ۵۱ بخش خدمات
- ۵۲ جمعیت
- ۵۳ تولید ناخالص داخلی
- ۵۳ شاخصهای مهم اقتصادی
- ۵۳ درآمد سرانه
- ۵۳ نرخ تورم
- ۵۴ نرخ بیکاری
- ۵۴ دستمزد نیروی کار
- ۵۴ میزان ذخایر ارزی
- ۵۴ ترازها
- ۵۴ تراز تجاری
- ۵۴ تراز تجاری با ایران
- ۵۵ منابع طبیعی

فصل چهارم: زیرساختها

- ۵۷ حمل و نقل
- ۵۸ دریایی
- ۵۸ هوایی
- ۵۹ ریلی
- ۵۹ زمینی
- ۵۹ نظام بانکی
- ۶۵ نظام بیمه‌ای
- ۶۶ پوشش بار (نوع الف)
- ۶۶ پوشش بار (نوع ب)

۶۷ زیرساختهای ارتباطی

بخش دوم: تجارت خارجی

فصل پنجم: اطلاعات کلی

۷۱ تراز تجاری

۷۲ صادرات

۷۴ واردات

۸۱ کشورهای صادرکننده

۹۲ ساختار تعرفه‌ای و موانع غیرتعرفه‌ای

۹۲ سرمایه‌گذاری‌های عمده

۹۴ سرمایه‌گذاری جمهوری اسلامی ایران در سوریه

فصل ششم: مبادلات بازرگانی با ایران

۹۵ تراز تجاری

۹۷ واردات سوریه از ایران

۹۷ گروه کالایی

۹۹ اقلام وارداتی

۱۰۱ پتانسیل صادراتی ایران به سوریه

۱۰۲ پتانسیل وارداتی ایران از سوریه

۱۰۳ صادرات سوریه به ایران

۱۰۳ گروه کالایی

۱۰۵ اقلام صادراتی

۱۰۶ روابط اقتصادی دو کشور

۱۰۷ روابط اقتصادی دو کشور پیش از انقلاب

۱۰۷ روابط اقتصادی دو کشور پس از انقلاب

۱۱۴	تحلیل موقعیت (SWOT)
۱۲۲	نتیجه‌گیری و پیشنهاد
	بخش سوم: پیوستها
۱۲۷	هتل‌های شهر دمشق
۱۲۸	هتل‌های شهر آلیو
۱۲۹	هتل‌های شهر حمص
۱۲۹	هتل‌های شهر پالمیرا
۱۲۹	هتلها و اقامتگاه‌های شهر لاتاکیا
۱۲۹	هتل‌های شهر دیرالزور
۱۳۰	هتل‌های شهر بصره
۱۳۰	اقامتگاه‌های شهر طرطوس
۱۳۰	هتل‌های شهر حما
۱۳۰	هتل‌های شهر ایوب
۱۳۱	مؤسسات عمومی
۱۳۱	اتحادیه‌ها
۱۳۱	کارتهای اعتباری
۱۳۲	اطلاعات
۱۳۲	بیمارستانهای خصوصی
۱۳۳	اجاره ماشین
۱۳۳	برخی شرکتهای کشتیرانی (در لاتاکیا)
۱۳۳	خطوط هوایی موجود در سوریه
۱۳۴	پروژه‌های خدمات فنی و مهندسی ایران در کشور سوریه
۱۴۵	منابع و مأخذ