

اطلاعات محیطی بازار جهان

مانند و اثره به فرصت های اقتصادی ایران

(به مالک موردی ۲۵ کشور)

دکتر ناصر انار، آرا ده چتر روز

سرشناسه	:	آزاد، ناصر، ۱۳۴۴ -
عنوان و نام پدیدآور	:	اطلاعات محیطی بازار جهان با نگاه ویژه به فرصت‌های اقتصادی ایران (مطالعه موردی ۲۵ کشور) / ناصر آزاد، آزاده چترروز.
مشخصات نشر	:	کرج: جهاد دانشگاهی واحد استان البرز (خوارزمی)، ۱۳۹۷. مشخصات ظاهری: ۴۹۷ ص: مصور
شابک	:	978-66-7605-600-0
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
موضوع	:	ایران -- روابط اقتصادی Iran -- Foreign economic relations
موضوع	:	صادرات و واردات -- ایران -- بازاریابی Export marketing -- Iran
موضوع	:	سیاست اقتصادی -- جنبه‌های سیاسی Economic policy -- Political aspects
موضوع	:	سرمایه‌گذاری خارجی -- ایران -- Investments, Foreign -- Iran
موضوع	:	ایران -- بازرگانی Iran -- Commerce
شناسه افزوده	:	چترروز، آزاده، ۱۳۵۸ - جهاد دانشگاهی واحد استان البرز (خوارزمی)
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۷ الف ۴۷۵ / HC
رده ی دی سی	:	۳۳۰/۹۵۵
شماره کتبشناسی ملی	:	۵۵۶۵۱۰۹

انتشارات جهاد دانشگاهی واحد استان البرز (خوارزمی)

شابک: ۰-۶۶-۷۶۰۵-۶۰۰-۹۷۸

ISBN: 978-600-7605-66-0



واحد استان البرز
(خوارزمی)

عنوان کتاب: اطلاعات محیطی بازار جهان با نگاه ویژه به فرصت‌های اقتصادی ایران
(مطالعه موردی بازاریابی و فرصت‌های اقتصادی ۲۵ کشور جهان)

مؤلفان: دکتر ناصر آزاد، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب
آزاده چترروز، کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشکده آزاد اسلامی

نوبت چاپ اول: بهمن ۱۳۹۷

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۷۰۰۰۰ ریال

نشانی ناشر: (۱) کرج، خیابان شهید بهشتی، دانشگاه خوارزمی، طبقه همکف ساختمان مرکزی، معاونت فرهنگی

جهاد دانشگاهی واحد البرز (خوارزمی): تلفن: ۰۲۶-۳۴۵۰۵۱۵۱

نشانی ناشر: (۲) تهران، خیابان طالقانی شرقی، بین بهار و شریعتی، جنب بانک سپه، پلاک ۵۲، مرکز پخش انتشارات

جهاد دانشگاهی واحد البرز (خوارزمی): تلفن: ۰۲۱-۷۷۵۰۳۸۲۴

این اثر مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

فهرست مطالب

۱۳.....	مقدمه نه‌سندگان
۱۵.....	۱. صادرات و بازاریابی در عراق
۱۷.....	آشنایی با عراق
۱۸.....	عراق درآینه‌آمار
۱۹.....	سیاست، اقتصاد و بازار در عراق
۲۶.....	بازاریابی و صادرات به عراق
۳۱.....	صادرات و واردات ایران و عراق
۳۷.....	۲. صادرات و بازاریابی در پاکستان
۳۹.....	آشنایی با پاکستان
۴۰.....	پاکستان درآینه‌آمار
۴۱.....	سیاست، اقتصاد و بازار در پاکستان
۴۶.....	بازاریابی و صادرات به پاکستان
۴۸.....	صادرات و واردات ایران و پاکستان
۵۹.....	۳. صادرات و بازاریابی در افغانستان
۶۱.....	آشنایی با افغانستان
۶۲.....	افغانستان درآینه‌آمار
۶۴.....	اقتصاد و بازار در افغانستان
۷۰.....	بازاریابی و صادرات به افغانستان
۷۳.....	صادرات و واردات ایران و افغانستان

۷۷.....	۴. صادرات و بازاریابی در ترکیه
۷۹.....	آشنایی با ترکیه
۸۰.....	ترکیه در آیین آماری
۸۱.....	سیاست، اقتصاد و بازار در ترکیه
۸۷.....	بازاریابی و صادرات به ترکیه
۹۳.....	صادرات و واردات ایران و ترکیه
۹۹.....	۵. صادرات و بازاریابی در امارات متحده عربی
۱۰۱.....	آشنایی با امارات متحده عربی
۱۰۲.....	امارات متحده عربی در آیین آماری
۱۰۳.....	سیاست اقتصادی و بازار در امارات متحده عربی
۱۰۷.....	بازاریابی و صادرات به امارات متحده عربی
۱۱۱.....	صادرات و واردات ایران و امارات متحده عربی
۱۱۵.....	۶. صادرات و بازاریابی در جمهوری آذربایجان
۱۱۷.....	آشنایی با جمهوری آذربایجان
۱۱۸.....	جمهوری آذربایجان در آیین آماری
۱۱۹.....	اقتصاد و بازار در جمهوری آذربایجان
۱۲۳.....	بازاریابی و صادرات به جمهوری آذربایجان
۱۲۶.....	صادرات و واردات ایران و جمهوری آذربایجان
۱۳۱.....	۷. صادرات و بازاریابی در ارمنستان
۱۳۳.....	آشنایی با ارمنستان
۱۳۴.....	ارمنستان در آیین آماری
۱۳۵.....	اقتصاد و بازار در ارمنستان
۱۳۹.....	بازاریابی و صادرات به ارمنستان
۱۴۲.....	صادرات و واردات ایران و ارمنستان

۸	صادرات و بازاریابی در ترکمنستان	۱۴۵
	آشنایی با ترکمنستان	۱۴۷
	ترکمنستان در آیینۀ آمار	۱۴۸
	اقتصاد و بازار در ترکمنستان	۱۴۹
	بازاریابی و صادرات به ترکمنستان	۱۵۴
	صادرات و واردات ایران و ترکمنستان	۱۵۵
۹	صادرات و بازاریابی در ازبکستان	۱۶۱
	آشنایی با ازبکستان	۱۶۳
	ازبکستان در آیینۀ آمار	۱۶۴
	اقتصاد و بازار در ازبکستان	۱۶۵
	بازاریابی و صادرات به ازبکستان	۱۶۹
	صادرات و واردات ایران و ازبکستان	۱۷۲
۱۰	صادرات و بازاریابی در تاجیکستان	۱۷۷
	آشنایی با تاجیکستان	۱۷۹
	تاجیکستان در آیینۀ آمار	۱۸۰
	اقتصاد و بازار در تاجیکستان	۱۸۱
	بازاریابی و صادرات به تاجیکستان	۱۸۶
	صادرات و واردات ایران و تاجیکستان	۱۸۸
۱۱	راهنمای صادرات و بازاریابی در گرجستان	۱۹۳
	آشنایی با گرجستان	۱۹۵
	گرجستان در آیینۀ آمار	۱۹۶
	اقتصاد و بازار در گرجستان	۱۹۷
	بازاریابی و واردات به گرجستان	۲۰۰
	صادرات و واردات ایران و گرجستان	۲۰۳

۲۰۷	۱۲. صادرات و بازاریابی در قزاقستان
۲۰۹	آشنایی با قزاقستان
۲۱۰	قزاقستان در آینه آمار
۲۱۱	اقتصاد و بازار در قزاقستان
۲۱۶	بازاریابی و صادرات به قزاقستان
۲۱۹	صادرات و واردات ایران و قزاقستان
۲۲۳	۱۳. صادرات و بازاریابی در قرقیزستان
۲۲۵	آشنایی با قرقیزستان
۲۲۶	قرقیزستان در آینه آمار
۲۲۷	اقتصاد بازار، رفیقستان
۲۳۱	بازاریابی و صادرات به قرقیزستان
۲۳۳	صادرات و واردات ایران و قرقیزستان
۲۳۷	۱۴. صادرات و بازاریابی در روسیه
۲۳۹	آشنایی با روسیه
۲۴۰	روسیه در آینه آمار
۲۴۲	سیاست، اقتصاد و بازار در روسیه
۲۵۰	بازاریابی و صادرات به روسیه
۲۵۷	صادرات و واردات ایران و روسیه
۲۶۳	۱۵. صادرات و بازاریابی در چین
۲۶۵	آشنایی با چین
۲۶۹	چین در آینه آمار
۲۷۰	سیاست، اقتصاد و بازار در چین
۲۷۵	بازاریابی و صادرات به چین
۲۸۲	صادرات و واردات ایران و چین

۲۸۷.....	۱۶. صادرات و بازاریابی در هند
۲۸۹.....	آشنایی با هند
۲۹۰.....	هند در آینده آمار
۲۹۱.....	سیاست، اقتصاد و بازار در هند
۲۹۹.....	بازاریابی و صادرات به هند
۳۱۰.....	صادرات و واردات ایران و هند
۳۱۳.....	۱۷. صادرات و بازاریابی در کره جنوبی
۳۱۵.....	آشنایی با کره جنوبی
۳۱۶.....	کره جنوبی در آیه آمار
۳۱۷.....	سیاست، اقتصاد و بازار در کره جنوبی
۳۲۳.....	بازاریابی و صادرات به کره جنوبی
۳۳۲.....	صادرات و واردات ایران و کره جنوبی
۳۳۷.....	۱۸. صادرات و بازاریابی در ژاپن
۳۳۹.....	آشنایی با ژاپن
۳۴۰.....	ژاپن در آینده آمار
۳۴۱.....	سیاست، اقتصاد و بازار در ژاپن
۳۴۷.....	بازاریابی و صادرات به ژاپن
۳۵۹.....	صادرات و واردات ایران و ژاپن
۳۶۳.....	۱۹. صادرات و بازاریابی در مالزی
۳۶۵.....	آشنایی با مالزی
۳۶۶.....	مالزی در آینده آمار
۳۶۸.....	سیاست، اقتصاد و بازار در مالزی
۳۷۵.....	بازاریابی و صادرات
۳۸۲.....	بازاریابی
۳۸۶.....	صادرات و واردات ایران و مالزی

۳۹۱.....	۲۰. صادرات و بازاریابی در اندونزی
۳۹۳.....	آشنایی با اندونزی
۳۹۴.....	اندونزی در آینه آمار
۳۹۵.....	سیاست، اقتصاد و بازار در اندونزی
۴۰۰.....	بازاریابی و صادرات به اندونزی
۴۰۳.....	صادرات و واردات ایران و اندونزی
۴۰۷.....	۲۱. صادرات و بازاریابی در آفریقای جنوبی
۴۰۹.....	آشنایی با آفریقای جنوبی
۴۱۰.....	آفریقای جنوبی در آینه آمار
۴۱۱.....	سیاست، اقتصاد و بازار در آفریقای جنوبی
۴۱۵.....	بازاریابی و صادرات به آفریقای جنوبی
۴۱۹.....	صادرات و واردات ایران و آفریقای جنوبی
۴۲۳.....	۲۲. صادرات و بازاریابی در ایتالیا
۴۲۵.....	آشنایی با ایتالیا
۴۲۶.....	ایتالیا در آینه آمار
۴۲۷.....	سیاست، اقتصاد و بازار در ایتالیا
۴۳۲.....	بازاریابی و صادرات به ایتالیا
۴۳۵.....	صادرات و واردات ایران و ایتالیا
۴۳۹.....	۲۳. صادرات و بازاریابی در اتحادیه اروپا
۴۴۱.....	آشنایی با اتحادیه اروپا
۴۴۲.....	سیاست، اقتصاد و بازار در اتحادیه اروپا
۴۴۴.....	بازاریابی و صادرات به اتحادیه اروپا
۴۵۳.....	صادرات و واردات ایران و اتحادیه اروپا
۴۵۷.....	۲۴. صادرات و بازاریابی در کانادا
۴۵۹.....	آشنایی با کانادا

۴۶۰.....	کانادا در آینه آمار.....
۴۶۱.....	سیاست، اقتصاد و بازار در کانادا.....
۴۶۶.....	بازاریابی و صادرات به کانادا.....
۴۷۰.....	صادرات و واردات ایران و کانادا.....
۴۷۳.....	۲۵. صادرات و بازاریابی در ونزوئلا.....
۴۷۵.....	آشنایی با ونزوئلا.....
۴۷۶.....	ونزوئلا در آینه آمار.....
۴۷۷.....	سیاست، اقتصاد و بازار در ونزوئلا.....
۴۸۲.....	بازاریابی و صادرات به ونزوئلا.....
۴۸۴.....	صادرات و واردات ایران و ونزوئلا.....
۴۸۷.....	منابع و مآخذ.....

مقدمه نویسندگان

امروزه نقش اطلاعات و شبکه‌ای از آنها برای کسب مزیت رقابتی، ورود به عرصه بازارهای مشخص، و ایجاد ارزش افزوده بسیار، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. توانمندی صادرکنندگان هنگامی افزایش می‌یابد که قادر باشند بر عنصر پیچیدگی بازار از طریق شناخت فائق آیند. استراتژی برگشت سرمایه و کوتاه‌سازی زمان آن نیز مؤلفه دیگری است که باید مد نظر قرار گیرد.

مطالعات محیطی و به‌روزرسانی اطلاعات آنها، امکان تشخیص، تصمیم‌گیری و نفوذ بهتر را فراهم می‌سازد. تلاش مؤلفان این کتاب، شروع یک حرکت بنیادین برای افزایش توان اطلاعات و قدرت شناخت صادرکنندگان می‌باشد. تلاش می‌شود در ادامه مسیر، امکان توسعه این اثر را به‌روزرسانی اطلاعات و گسترش محیط مورد مطالعه، شناسایی و ایجاد نگاه شبکه‌ای به تعیین مزیت‌ها، انتخاب صحیح و تصمیم‌گیری دقیق برای برتری بلند تا به واسطه آن بتوان راهبردهای مؤثری برای انطباق توانمندی‌های موجود با محیط‌های متغیر را برقرار گردد و ضمن ایجاد فرهنگ تصمیم‌گیری از طریق شناخت، امکان کشف فرصت‌ها و انتخاب آنها فراهم آید. در این راستا از همه خیرگان، استادان، صادرکنندگان و صاحب‌نظران تشکر دارد نسبت به توسعه و ارائه بازخوردهای مناسب ما را یاری داده و در تداوم حرکت‌هایی از این دست به جامعه بازرگانی کشور کمک کنند.

با سپاس فراوان

دکتر ناصر آزاد

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

n.azad@azad.ac.ir

آزاده چترروز

a.chatrooz@yahoo.com