



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

لبنان

راه‌نمای تجارت با



tpo.ir
Iran Trade Promotion Organization



گروه بازرگانی تجارت طلایی

ارائه دهنده خدمات کاملاً تخصصی صادرات و واردات و ترخیص کالا

از آموزش تا منبع یابی واردات، بازاریابی صادرات، حمل و نقل تا ترخیص

دوست عزیز و ارجمند سلام



فایل های ارائه شده اغلب توسط سازمان توسعه تجارت، اتاق بازرگانی ایران و برخاً اتاق بازرگانی شیراز تهیه شده است. گروه بازرگانی تجارت طلایی با داشتن کادر مجرب و همچنین مجوز آموزش از سازمان فنی و حرفه ای و پروانه کارگزاری امور گمرکی از گمرک ایران و با داشتن دفاتر همکار در کشور های چین، ترکیه و آفریقای جنوبی ارائه دهنده خدمات ذیل می باشد. خوشحال خواهیم شد که بتوانیم در خدمت شما عزیزان باشیم. امیدواریم فایل ارائه شده برای شما مفید واقع شود.

ترخیص کالا از گمرکات کشور به ویژه گمرک های اصفهان، تهران (امام خمینی و شهریار)، بندر عباس، بندر خرمشهر

آموزش های تخصصی صادرات و واردات، ترخیص کالا و ...

مشاوره در خصوص صادرات و واردات

مشاوره و اجرای پروژه های وارداتی (منبع یابی، پرداخت و ترخیص کالا)

مشاوره و اجرای پروژه های صادراتی (بازاریابی صادرات، حضور در نمایشگاه، تهیه کاتالوگ، ثبت برند و ترخیص کالا)

مشاوره در خصوص بازاریابی داخلی محصولات (بخش بندی بازار، سیستم تبلیغات، مدیریت ارتباط با مشتری و ارائه نرم افزار های مرتبط)

هماهنگی و اجرای پروژه های حمل و نقل، ارسال و دریافت کالا از مبادی مختلف به ویژه چین، کره، اتحادیه اروپا و ترکیه

تهران: خیابان آفریقا، بالاتر از چهارراه اسفندیار، نش خیابان سعیدی، پلاک ۱۵۶ واحد ۴

تلفن: ۰۲۱۲۲۰۲۵۲۶۸ همراه: ۰۹۱۲۰۱۴۸۹۱۴

اصفهان: خیابان حکیم نظامی، حدفاصل کوی سنگتراش ها و چهارراه محتشم کاشانی، پلاک ۷۸۹

تلفن: ۰۳۱۳۶۲۵۱۰۱۶ تلفکس: ۰۳۱۳۶۲۵۵۱۳۹ همراه: ۰۹۱۲۰۸۶۷۰۶۹

یزد: صفائیه خیابان تیمسار فلاحی روبروی پارک آزادگان کوچه بهار پلاک ۲۱. همراه: ۰۹۱۳۴۷۲۰۴۵۷



سرشناسه	: شریفی، کیومرث، ۱۳۵۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: راهنمای تجارت با لبنان / پدیدآورندگان سازمان توسعه تجارت ایران، معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان؛ مجریان طرح کیومرث شریفی، مصطفی مسعودی.
مشخصات نشر	: تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۴ص:، مصور، جدول، نمودار (رنگی).
شابک	: ۴۰۰۰۰ ریال: ۱-۲۳۹-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: لبنان -- بازرگانی -- ایران
موضوع	: ایران -- بازرگانی -- لبنان
شناسه افزوده	: مسعودی، مصطفی، ۱۳۶۴ -
شناسه افزوده	: سازمان توسعه تجارت ایران. معاونت بازاریابی و تنظیم روابط
شناسه افزوده	: شرکت چاپ و نشر بازرگانی
رده بندی کنگره	: ی۷الف۱۳۸۹۹/ HF۳۷۵۹
رده بندی دیویی	: ۳۸۲/۰۹۵۶۹۲۰۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۱۲۲۹۶۸

شابک: ۱-۲۳۹-۴۶۸-۹۶۴-۹۷۸

راهنمای تجارت با لبنان

شناسنامه پدیدآورندگان:
سازمان توسعه تجارت ایران
معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان
مدیر طرح: رضا توفیقی
مجریان طرح: کیومرث شریفی، مصطفی مسعودی
مدیر هنری: فرشته سعیدا

شناسنامه کتاب:

چاپ اول: ۱۳۸۹

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 غیرقابل 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 رضا توفیقی، «معاونت بازاریابی و تنظیم روابط سازمان» و کلیه کارشناسان سازمان که با این مجموعه همکاری نموده‌اند، کمال تشکر و قدردانی را بنمایم. همچنین از سرکار خانم فرشته سعیدا و همکاران شرکت چاپ و نشر بازرگانی به خاطر تلاش‌های ایشان در طراحی و تولید این مجموعه سپاسگزارم.

بابک افقهی

معاون وزیر و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران



فهرست صفحه

بخش اول: کلیات

- | | |
|----|------------------------------|
| ۱۳ | اطلاعات پایه |
| ۱۳ | نام رسمی کشور |
| ۱۳ | موقعیت جغرافیایی |
| ۱۳ | مساحت |
| ۱۴ | همسایگان |
| ۱۴ | جمعیت |
| ۱۴ | شهرهای مهم |
| ۱۵ | واحد پول |
| ۱۵ | تفاوت زمان با ایران |
| ۱۷ | فصل اول: محیط سیاسی و قانونی |
| ۱۷ | محیط سیاسی |
| ۱۷ | تاریخچه‌ی حکومت |
| ۲۰ | نوع و ارکان اصلی حکومت |

- ۲۴ وضعیت ریسک سیاسی
- ۲۵ افراد و گروه‌های با نفوذ
- ۲۵ محیط قانونی**
- ۲۵ حقوق مالکیت
- ۲۶ قانون مالکیت فکری
- ۲۷ قانون سرمایه‌گذاری
- ۲۸ مراحل راه‌اندازی کار تجاری (کسب‌وکار)**
- ۲۸ قوانین گمرکی
- ۳۰ قوانین بانکی
- ۳۲ قوانین ارزی
- ۳۲ قوانین مالیاتی
- ۳۳ قوانین کنسولی
- ۳۵ عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و ...**
- ۳۵ عضویت در سازمان‌های مهم بین‌المللی
- ۳۷ عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری
- ۳۹ فصل دوم: محیط فرهنگی**
- ۳۹ ارکان فرهنگی و اجتماعی**
- ۳۹ دین
- ۳۹ زبان
- ۴۰ الگوی زندگی
- ۴۲ نهادهای اجتماعی و دینی



۴۴	رسانه‌ها
۴۴	عادات خرید و مصرف
۴۵	تعطیلات رسمی
۴۶	اعیاد و جشن‌ها
۴۷	فرهنگ مذاکره
۴۷	دیدگاه کلی نسبت به ایران
۴۷	آداب مذاکره
۵۱	فصل سوم: محیط اقتصادی
۵۱	سیستم اقتصادی و نقش دولت
۵۲	بخش صنعت و معدن
۵۳	بخش کشاورزی
۵۴	بخش خدمات
۵۵	جمعیت
۵۶	تولید ناخالص داخلی
۵۷	نرخ تورم
۵۸	نرخ بیکاری
۵۸	دستمزد نیروی کار
۵۹	تراز حساب جاری
۵۹	میزان ذخایر ارزی و طلا
۵۹	شبکه‌های توزیع
۶۰	بازاریابی و تبلیغات

۶۰ راهکارهای بازاریابی و فروش

۶۱ منابع طبیعی

۶۳ فصل چهارم: زیرساخت‌ها

۶۳ حمل‌ونقل

۶۳ جاده‌ای

۶۳ ریلی

۶۴ دریایی

۶۴ هوایی

۶۴ نظام بانکی

۶۶ نظام بیمه‌ای

۶۷ زیرساخت‌های ارتباطاتی

بخش دوم: تجارت خارجی

۷۱ فصل پنجم: اطلاعات کلی

۷۱ تراز تجاری

۷۲ صادرات

۷۶ واردات

۸۳ کشورهای عمده صادرکننده

۹۴ تحلیل مزیت‌های ایران در تامین کالاهای عمده وارداتی لبنان

۹۴ سرمایه‌گذاری خارجی



- ۹۷ فصل ششم: وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران
- ۹۷ پیشینه‌ی روابط بازرگانی ایران و لبنان
- ۹۸ آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی و تراز تجاری
- ۹۹ صادرات ایران به لبنان
- ۱۰۵ تحلیل صادرات محصولات ایران به لبنان
- ۱۰۶ میوه‌های خوراکی
- ۱۰۷ وسایل نقلیه زمینی
- ۱۰۸ فرش و کفپوش
- ۱۰۸ مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن
- ۱۰۹ سایر محصولات
- ۱۱۸ واردات ایران از لبنان
- ۱۲۲ اجلاس‌های اقتصادی و تجاری مشترک
- ۱۲۳ موافقت‌نامه‌های تجاری و یادداشت تفاهم‌های همکاری
- ۱۲۴ دیدارهای متقابل مقامات بلندپایه
- ۱۲۵ فعالیت‌های نمایشگاهی و هیات‌های تجاری
- ۱۲۶ پیشنهاد مشارکت شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های لبنان
- ۱۲۶ زمان‌های مناسب برای اعزام هیات تجاری به لبنان
- ۱۲۹ فصل هفتم: زیرساخت‌های صادراتی و راهکارهای بازاریابی
- ۱۲۹ زیرساخت‌های حمل و نقل
- ۱۲۹ جاده‌ای

- ۱۲۹ ریلی
- ۱۳۰ دریایی
- ۱۳۰ هوایی
- ۱۳۱ روابط بانکی
- ۱۳۱ تحلیل راهبردی
- ۱۳۱ زمینه‌ها و دلایل انتخاب راهبردها
- ۱۳۵ راهبردهای پیشنهادی جهت توسعه صادرات
- ۱۳۶ راهکارهای پیشنهادی برای بازاریابی و توسعه‌ی بازار

بخش سوم: پیوست‌ها

- ۱۴۳ سایت‌های اینترنتی وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های مهم
- ۱۴۴ بانک‌های مهم
- ۱۴۵ برخی از دانشگاه‌های لبنان
- ۱۴۵ چند شرکت مهم صنعتی، تجاری و بازرگانی
- ۱۴۸ هتل‌های مهم
- ۱۴۸ اطلاعات رایزن بازرگانی ایران در لبنان
- ۱۵۰ اطلاعات سفارت‌خانه لبنان در ایران
- ۱۵۰ اطلاعات سفارت‌خانه ایران در لبنان
- ۱۵۱ منابع و ماخذ



بخش اول کلیات







اطلاعات پایه



در این بخش، اطلاعات پایه‌ای کشور لبنان شامل موقعیت جغرافیایی، مساحت، همسایگان، جمعیت، شهرهای مهم، واحد پول و تفاوت زمان با ایران ارائه می‌شود.

◆ نام رسمی کشور

جمهوری لبنان^۱

واژه‌ی لبنان از واژه «لبن» گرفته شده است که اشاره به قله‌های سفید کوهستان دارد.

◆ موقعیت جغرافیایی

لبنان در غرب قاره آسیا و در منطقه‌ی خاورمیانه قرار دارد. این کشور از شمال و شرق با سوریه، از جنوب با رژیم صهیونیستی و از غرب با دریای مدیترانه هم‌مرز است.

◆ مساحت

وسعت خاک لبنان برابر با ۱۰,۴۰۰ کیلومتری مربع است، که از این لحاظ صد و شصت و



1. Republic of Lebanon

نهمین کشور جهان به شمار می رود. از کل مساحت این کشور، ۱۰.۲۳۰ کیلومتر مربع خشکی و ۱۷۰ کیلومتر مربع وسعت آبهاست.

◆ همسایگان



این کشور از شمال و شرق ۳۷۵ کیلومتر با سوریه و از جنوب ۷۹ کیلومتر با رژیم صهیونیستی مرز مشترک دارد. طول خط ساحلی لبنان با دریای مدیترانه در شرق این کشور ۲۲۵ کیلومتر است. جزیره ی قبرس نیز در نزدیکی سواحل این کشور قرار دارد.

◆ جمعیت

بر اساس آمار سال ۲۰۰۹ میلادی، جمعیت این کشور نزدیک به ۴/۲ میلیون نفر است که از این نظر صد و بیست و هفتمین کشور پرجمعیت جهان به شمار می رود.



◆ شهرهای مهم

شهر بیروت^۱ پایتخت و مهم ترین شهر لبنان است که در شرق این کشور و در ساحل دریا قرار دارد. دیگر شهرهای عمده این کشور طرابلس (تریپولی)^۲، صیدا^۳، صور، جونیه، زحله، نبطیه^۴، بعلبک^۵ هستند.

1. Beirut
2. Tripoli
3. Saida
4. Nabita
5. Baalbek



◆ واحد پول



واحد پول این کشور، پوند لبنان^۱ و نماد جهانی آن LBP است. هر پوند لبنان به صد پیاستر^۲ تقسیم می‌شود.

در ماه آگوست سال ۲۰۱۰ میلادی، یک دلار آمریکا برابر با ۱,۴۶۳/۲ پوند لبنان و هر پوند لبنان برابر با ۶/۳۹ ریال ایران بوده است.

◆ تفاوت زمان با ایران

ساعت بین‌المللی این کشور نسبت به ساعت گرینویچ دو ساعت جلوتر ($+2\text{GMT}$) و از ایران یک و نیم ساعت عقب‌تر ($-1/5$) است. در نیمه‌ی نخست سال که ساعت در ایران یک ساعت به جلو برده می‌شود، اختلاف زمانی شهر بیروت با تهران منفی دو و نیم ($-2/5$) می‌شود.

1. Lebanese Pund
2. Piastre



فصل اول

محیط سیاسی و قانونی

در این فصل محیط‌های سیاسی و قانونی لبنان به صورت جداگانه بررسی می‌شود. در بخش محیط سیاسی تاریخچه، نوع و ارکان اصلی حکومت، قانون اساسی، قوای سه‌گانه‌ی مجریه، مقننه و قضاییه، میزان ریسک سیاسی و گروه‌های بانفوذ مطالعه می‌شود.

در بخش محیط قانونی، قوانین مالکیت، مالکیت فکری، گمرکی، کنسولی، ثبت و راه‌اندازی شرکت‌ها، قوانین بانکی، ارزی، مالیاتی و سرمایه‌گذاری و عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری بیان می‌شود.

۱. محیط سیاسی

در این بخش، تاریخچه‌ی کشور، نوع حکومت و نحوه انتخاب رییس و ارکان اصلی کشور، میزان ریسک سیاسی و میزان تاثیر افراد و گروه‌های بانفوذ سیاسی بررسی می‌شود.

۱-۱. تاریخچه‌ی حکومت

نخستین مردمان شناخته شده‌ی لبنان، کنعانی‌ها و از نژاد سامی بوده‌اند که با یونانیان دادوستد داشتند و یونانیان آنها را فینیقی می‌نامیدند. فینیقی‌ها قومی دریانورد و بازرگان بودند و سرزمین آنها شامل شهرهایی در شرق مدیترانه و مهاجرنشین‌هایی در کرانه‌های مدیترانه بود. بخشی از تاریخ این کشور با تاریخ ایران در دوره‌ی هخامنشی مشترک است. پس از آن که کوروش بزرگ فینیقیه را فتح کرد، به مدت دو سده هخامنشیان فرمانروای این منطقه بوده‌اند. پس از آن، اسکندر مقدونی، شهر صور (پایتخت فینیقیه) را فتح کرد. به طور کلی، امپراتوری‌های گوناگونی از جمله هخامنشیان، ساسانیان، یونانیان، امپراتوران روم و بیزانس، خلفای مسلمان، صلیبیان و خلفای عثمانی بر لبنان فرمان رانده‌اند.

ولی تاریخ معاصر این کشور بیشتر به دوپست سال اخیر برمی‌گردد. به دنبال فتح سوریه توسط نیروهای انگلیسی و فرانسوی، فرانسه در سال ۱۹۲۰ میلادی قیمومیت لبنان را به طور جداگانه تصاحب کرد. در آن هنگام اکثریت سوری‌ها مسلمان و اکثریت لبنانی‌ها مسیحی مارونی بود.



لبنان در ۲۲ نوامبر ۱۹۴۳ میلادی از سرزمین‌های عثمانی جدا شد و در همان سال از سوی دولت فرانسه به عنوان کشوری دارای استقلال اعلام شد. تا پایان سال ۱۹۴۶ میلادی نیروهای فرانسوی به طور کامل از لبنان بیرون رفتند.

بر اساس یک پیمان ملی و شفاهی میان گروه‌های دینی این کشور، مقرر شد رییس‌جمهور یک مسیحی مارونی، نخست‌وزیر یک مسلمان سنی، سخن‌گوی مجمع ملی یک مسلمان شیعه و فرمانده ارتش و نیروی نظامی یک مسلمان دروزی باشد و این روند به مدت دو دهه ادامه یابد. فرقه‌های مسلمان به رهبری کمال جمبلات^۱ و صائب سلام^۲ در برابر دولت و رییس‌جمهور مسیحی مارونی این کشور، کمیل شمعون^۳، دست به شورش برداشتند. جنگ‌های داخلی میان مسلمانان و مسیحی‌های این کشور باعث نابودی بخش‌های زیادی از شهر بیروت شد که با دخالت کشور سوریه و نشست رهبران هجده فرقه به جنگ پایان داده شد.



تا پیش از جنگ داخلی در سال‌های ۱۹۷۵ تا ۱۹۹۰ میلادی لبنان کشوری ثروتمند در منطقه و پایتخت بانک‌داری جهان عرب به شمار می‌رفت و هر ساله بسیاری از گردشگران خارجی را جذب خود می‌کرد تا جایی که بیروت را به عنوان پاریس خاورمیانه می‌شناختند. به دلیل قدرت مالی بسیار، لبنان به عنوان سوییس خاورمیانه شناخته می‌شد.

جنگ داخلی خسارات اقتصادی بسیاری به لبنان زد. عکس روبرو به نمادی از آسیب‌های وارد شده به این

1. Kamal Jumblat
2. Saeb Salam
3. Camille Chamoun

کشور تبدیل شده است. پس از پایان جنگ، تلاش‌های بسیاری شد تا اقتصاد کشور بهبود یابد و زیرساخت‌ها از نو ساخته شود که نتایج مثبت آن در سال‌های گذشته آشکار شده است.

رژیم صهیونیستی سه بار در سال‌های ۱۹۷۸، ۱۹۸۲ و ۲۰۰۶ میلادی به لبنان یورش برده است. حمله‌ی اول در مارس ۱۹۷۸ میلادی روی داد و در ماه ژوئن همان سال پایان یافت. حمله‌ی دوم در ژوئن ۱۹۸۲ میلادی آغاز شد. در چهاردهم سپتامبر ۱۹۸۲ میلادی بشیر جمیل^۱ رئیس‌جمهور لبنان در قرارگاه حزب فالانژیست بر اثر انفجار بمب ترور شد.

در آگوست سال ۲۰۰۴ میلادی یکی از سران لبنانی طرفدار سوریه به نام ایمیل لحدود^۲ به عنوان رئیس‌جمهور انتخاب شد. بر اساس قطع‌نامه‌ی شورای امنیت سازمان ملل در سپتامبر ۲۰۰۴ میلادی، سوریه ملزوم شد نیروهای خود را که در خاک لبنان مستقر هستند از این کشور خارج کند. در فوریه ۲۰۰۵ میلادی، رفیق حریری^۳، نخست‌وزیر سابق لبنان در یک بمب‌گذاری در بیروت ترور شد.

تا سال ۲۰۰۶ میلادی بازسازی به پایان و کشور به ثبات نسبی رسید. با آغاز جنگ رژیم صهیونیستی علیه لبنان در دوازدهم ژوئیه ۲۰۰۶ میلادی، خسارات بسیاری به زیرساخت‌های کشور وارد شد و جمعیت گسترده‌ای بی‌خانمان شدند. از سپتامبر ۲۰۰۶ میلادی دولت لبنان برنامه‌ی رسیدگی به اموال مخروبه بیروت، طبر و دیگر روستاهای جنوب لبنان را آغاز کرد. در جنگ سی و سه روزه میان رژیم صهیونیستی و لبنان، بیش از چهار میلیارد دلار خسارت به اقتصاد لبنان وارد شد.

امروزه لبنان از شش استان تشکیل شده است، که عبارتند از:

❖ بیروت.

❖ جبل لبنان.

❖ شمالی لبنان.

❖ بقاع.

❖ نبطیه.

1. Bashir Gemayel

2. Emile Lahoud

3. Rafik Hariri

❖ جنوب لبنان.

از سران سیاسی امروز این کشور می‌توان آقای امیل لحود که مسیحی مارونی است، آقای فواد سینیوره که مسلمان اهل تسنن است و آقای نبیل بری که مسلمان شیعه است، را نام برد.

۱-۲. نوع و ارکان اصلی حکومت

بر اساس قانون اساسی لبنان، نظام حکومتی این کشور جمهوری است. در این کشور مانند بسیاری از کشورهای جهان، قوای سه‌گانه‌ی قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی وجود دارد.

پس از پذیرش استقلال لبنان توسط فرانسه در دهه‌ی چهل میلادی، قانون لبنان حقوق سیاسی فراوانی را به مارونی‌ها داد، که از آن جمله می‌توان به اختصاص جایگاه ریاست‌جمهوری و در اختیار داشتن اکثریت مجلس لبنان اشاره کرد. بر اساس نظام امتیازات طایفه‌ای فرانسه، سنی‌ها نخست‌وزیر و شیعیان ریاست مجلس را در اختیار گرفتند. در پی جنگ‌های داخلی، مسیحیان در نشست طایف عربستان پذیرفتند که بخشی از امتیازات خود را به مسلمانان اعطا کنند. در پی این نشست دامنه اختیارات رییس‌جمهور مارونی تا حدودی کاسته شد.

میثاق ملی سال ۱۹۴۳ میلادی که می‌توان آن را قانون اساسی غیر مدون لبنان به شمار آورد، دارای سه اصل زیر است:

❖ استقلال کامل لبنان در برابر غرب و جهان عرب به طور یک‌سان (که مسیحیان از قیومیت فرانسه و مسلمانان از پیوستن به وحدت دوگانه‌شان با سوریه دست بردارند).

❖ وابستگی عربی برای لبنان.

❖ تقسیم‌بندی مذهبی قدرت بر اساس تعداد افراد هر فرقه دینی.

در اصل ۴۹ قانون اساسی لبنان آمده است که:

رییس‌جمهور، رییس حکومت و نماد وحدت کشور است. وی بر احترام به قانون اساسی و حفظ استقلال لبنان، وحدت و تمامیت ارضی آن نظارت دارد. وی ریاست شورای عالی دفاع و فرماندهی کل قوای مسلح را بر عهده دارد که خود تحت اداره شورای وزیران

است.

۱-۲-۱. قانون اساسی

در سال ۱۹۴۷ میلادی قانون اساسی این کشور تصویب شد. قانون اساسی اصلی‌ترین مرجع و منبع تعیین‌کننده‌ی چگونگی اداره‌ی کشور به شمار می‌رود. در سال ۱۹۹۱ میلادی قانون اساسی لبنان اصلاح شد. در این کشور هم‌اکنون ۲۱ ساله‌ها می‌توانند در انتخابات شرکت کنند.

قانون اساسی کنونی لبنان، آن را کشوری مستقل، متحد، تجزیه‌ناپذیر و با حفظ تمامیت ارضی می‌داند. بر آزادی عقاید دینی و احترام به مصالح فرقه‌ها تأکید دارد. بر اساس ماده ۹۵ قانون اساسی، فرقه‌گرایی یک اصل ثابت به شمار می‌آید و برای ایجاد عدالت و انسجام، همه‌ی شغل‌های عمومی به طور یکسان و منصفانه میان فرقه‌های گوناگون تقسیم می‌شود.

۱-۲-۲. قوه مجریه



از ۲۵ می ۲۰۰۸ میلادی تا کنون (سال ۲۰۱۰ میلادی) آقای میشل سلیمان^۱، رئیس‌جمهور این کشور است. انتخابات ریاست جمهوری هر شش سال یک‌بار برگزار می‌شود. آخرین انتخابات در سال ۲۰۰۸ میلادی بوده و انتخابات بعدی در سال ۲۰۱۴ میلادی خواهد بود.



همچنین از نهم نوامبر ۲۰۰۹ میلادی، آقای سعد الحریری^۲ نخست‌وزیر لبنان است. اعضای کابینه‌ی دولت توسط نخست‌وزیر و با مشورت رئیس‌جمهور و اعضای مجمع ملی انتخاب می‌شوند.

بر مبنای قانون اساسی لبنان، رئیس‌جمهور باید توسط نمایندگان مجلس و از میان مسیحیان مارونی انتخاب شود. پارلمان لبنان، رئیس‌جمهور

1. Michel Sulayman
2. Sa'ad al-Din al-HARIRI

را با رای‌گیری پنهان انتخاب می‌کند. وی در دور اول باید دو سوم آرا و در دور دوم باید اکثریت مطلق مجلس را از آن خود کند.



تنها قدرت فعال در نظام لبنان در دست رئیس‌جمهوری است. او نخست‌وزیر را از میان مسلمانان سنی انتخاب می‌کند و انتخاب وزرا توسط نخست‌وزیر و با توافق رئیس‌جمهور خواهد بود.

سیدحسن نصرالله یکی از چهره‌های سیاسی و مذهبی مطرح در کشور لبنان است. وی دبیر کل حزب‌الله لبنان است و در دفاع از سرزمین‌های جنوب لبنان نقش قابل ملاحظه‌ای داشته است.

تقسیم‌بندی زیر برای گزینش وزرای دولت وجود دارد:

- ❖ وزیر امور خارجه: مسیحی.
- ❖ وزیر آموزش و پرورش: مسیحی.
- ❖ وزیر دفاع: مسیحی.
- ❖ وزیر اقتصاد: سنی.
- ❖ وزیر تجارت: دروزی.
- ❖ وزیر کشور: دروزی.
- ❖ وزیر آب و برق: شیعه.
- ❖ وزیر راه و ترابری: شیعه.
- ❖ وزیر پست و تلگراف: شیعه.
- ❖ فرمانده ارتش: مسیحی.
- ❖ رئیس بانک مرکزی: مارونی.

مواد ۴۹ تا ۵۷ قانون اساسی لبنان به رئیس‌جمهوری به عنوان مسوول قوه مجریه اختصاص دارد. در ماده ۶۰ قانون اساسی آمده است: «رئیس‌جمهور پیامدهای ناشی

از انجام وظایف محوله را به عهده نمی‌گیرد، مگر مرتکب خیانت بزرگ یا نادیده گرفتن قانون اساسی شود». در لبنان نخست‌وزیر نقش چندانی در سیاست و اجرا ندارد. وی از یک سو توسط رییس‌جمهور مارونی و از سوی دیگر به وسیله وزرای کابینه و نمایندگان طایفه‌ها محدود شده است و هر تصمیمی که بگیرد، باید موافقت این دو دسته را جلب کند. نخست‌وزیر می‌کوشد به گونه‌ای عمل کند که از چارچوب خواسته‌های رییس‌جمهور و طبقه‌ای که وی نماینده آن است (مسیحیان مارونی) و نیز اعضای کابینه و نمایندگان فرقه‌های گوناگون بیرون نرود.

رییس‌جمهور می‌تواند وزیران را به طور فردی یا جمعی عزل یا نصب کند. وی صلاحیت بخشش عمومی را پس از مشورت با شورای عالی قضایی را دارد. او همچنین سفیران لبنان در کشورهای دیگر را منصوب می‌کند و استوارنامه‌ی سفیران کشورهای خارجی را دریافت می‌کند. استان‌داران از سوی دولت منصوب



می‌شوند و در برابر وزیر کشور پاسخگو هستند. در هر شهرستان یک فرماندار وجود دارد که او نیز از سوی دولت و پس از مشورت با استاندار منصوب می‌شود.

۱-۲-۳. قوه مقننه

قوه مقننه لبنان به نام مجلس نواب، از ۱۲۸ کرسی متشکل از ۶۴ نماینده‌ی منتخب مسلمانان و ۶۴ نماینده‌ی منتخب مسیحیان تشکیل شده است. نمایندگان توسط آرای مستقیم مردم انتخاب می‌شوند.

انتخابات هر چهار سال یکبار برگزار می‌شود. آخرین انتخابات در هفتم ژوئن ۲۰۰۹ میلادی برگزار شده و انتخابات آینده در سال ۲۰۱۳ میلادی برگزار خواهد شد. هم‌اکنون دو حزب هشتم مارس و چهاردهم مارس بیش‌ترین نماینده را در مجلس لبنان دارند.

نبیه بری سیاست‌مدار با تجربه لبنانی، از سال ۱۹۹۲ میلادی تاکنون به صورت پی در پی ریاست پارلمان لبنان را بر عهده داشته است. وی با ایفای نقش قوی، در برابر فشارهای داخلی و خارجی و بحران‌های سیاسی، کشور لبنان را به ایستادگی فرا خوانده است. نبیه بری که شخصیتی مهم در معادلات سیاسی لبنان به شمار می‌رود، همواره توانسته نقش وحدت‌آفرین را در این کشور به خوبی ایفا کند.

در سیستم قانون‌گذاری لبنان، دولت یا مجلس پیش‌نویس قانون را وضع کرده و تقدیم رییس مجلس می‌کند، وی نیز آن را به کمیته داخلی مرتبط تقدیم می‌کند. این کمیته باید گزارش خود را تا چهل روز که قابل تجدید نیز خواهد بود، تقدیم مجلس کند. هنگامی که مجلس طرح را تصویب کند، قوه مجریه باید آن را اجرایی کند.

۱-۲-۴. قوه قضاییه

در کشور لبنان چهار گونه دادگاه اصلی تشکیل می‌شود. در این میان، سه نوع داوری یا قضاوت ویژه‌ی دعای مدنی و بازرگانی است. یک مورد نیز برای موارد کیفری در نظر گرفته شده است. در لبنان دادگاه قانون اساسی نیز برای رسیدگی به تخطی از مواد قانون اساسی وجود دارد. دادگاه دیگری که در این کشور وجود دارد، دادگاه عالی است که به تخلفات احتمالی رییس‌جمهور و نخست‌وزیر رسیدگی می‌کند.

اصل هشتماد قانون اساسی لبنان درباره‌ی دادگاه عالی یا دیوان عالی این کشور آورده است:

«دیوان عالی وظیفه‌ی محاکمه‌ی روسای جمهور و وزیران را دارد. این دیوان از هفت نماینده‌ی منتخب مجلس نمایندگان و هشت صاحب منصب قضایی عالی‌رتبه‌ی لبنانی برگزیده می‌شوند. این اعضا به ریاست عالی‌رتبه‌ترین صاحب منصب قضایی تشکیل جلسه می‌دهند. آرای محکومیت در دیوان عالی با اکثریت ده رای صادر می‌شود. آیین دادرسی در دیوان عالی به موجب قانون ویژه‌ای در این زمینه تعیین شده است.»

۱-۳. وضعیت ریسک سیاسی

بر اساس ارزیابی‌های انجام‌شده توسط مراجع بین‌المللی، لبنان در میان کشورهای آسیایی از ثبات نسبی متوسطی برخوردار است. با توجه به ناآرامی‌های منطقه‌ی خاورمیانه و سرزمین‌های اشغالی و نیز تنش‌هایی که در سال‌های گذشته در این کشور رخ داده است، میزان ثبات و امنیت برای فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی کمی کاهش یافته است. براساس ارزیابی‌هایی که صندوق ضمانت صادرات ایران انجام داده، این کشور در طبقه‌بندی ریسک، رتبه‌ی شش را داراست و سقف اعتبارات کوتاه‌مدت (زیر دو سال) برای این کشور معادل چهار میلیون دلار و برای اعتبارات میان‌مدت و بلندمدت (بالای

دو سال) معادل هشتاد میلیون دلار است.

۴-۱. افراد و گروه‌های با نفوذ



در لبنان با توجه به وجود گروه‌های مذهبی و گرایش‌های گوناگون، احزاب سیاسی متنوعی نیز وجود دارد. در این کشور مسلمانان و مسیحیان گروه‌های ویژه‌ی خود را دارند و حتی شیعیان و اهل سنت نیز برای امور سیاسی، احزاب خاص خود را دارند.

گروه‌های عمده سیاسی لبنان که از نفوذ بالایی در این کشور برخوردارند، عبارتند از:

- ❖ حزب الله (اسلامی).
- ❖ حزب فالانژ (مارونی).
- ❖ حزب امل (طرفدار سوریه).
- ❖ حزب سوسیالیست ترقی خواه (عمدتاً دروزی).
- ❖ جنبش ملی لبنان.
- ❖ حزب سوسیالیست ترقی خواه.

۲. محیط قانونی

در این بخش، قوانین مالکیت، مالکیت فکری، گمرکی، کنسولی، سرمایه‌گذاری، ثبت و راه‌اندازی شرکت‌ها، قوانین بانکی، ارزی و مالیاتی، معافیت‌ها و مشوق‌های قانونی سرمایه‌گذاری و عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری بیان می‌شود.

۲-۱. حقوق مالکیت

اقتصاد بازار آزاد، پایه‌های اقتصاد لبنان را تشکیل می‌دهد. در لبنان همه‌ی مردم حق دارند بدون هیچ‌گونه تحمیل یا الزامی از سوی دولت، آزادانه هرگونه فعالیت تجاری و مالی داشته باشند.

در قوانین سرمایه‌گذاری این کشور، سرمایه‌گذار خارجی مجوز در اختیار داشتن ۴۹ درصد مالکیت شرکت لبنانی را داشته و ۵۱ درصد باقی‌مانده باید در مالکیت یک شریک لبنانی باشد.

بر اساس قوانین این کشور، حداقل پنجاه درصد از اعضای هیات مدیره شرکت‌های ثبت شده در این کشور باید لبنانی باشند.

در قانون اساسی لبنان برخی از مواد به گونه‌ای از مالکیت و نیز سرمایه‌گذاری خارجی در این کشور حمایت می‌کند، از جمله:

اصل پانزدهم: قانون از مالکیت حمایت می‌کند. هیچ کس را مگر به علت منافع عمومی در موارد مشخص در قانون و با جبران خسارت عادلانه و پیشاپیش، نمی‌توان از مالکیت خود محروم کرد.

اصل چهاردهم: محل اقامت هر فرد در لبنان از تعرض مصون است. هیچ کس جز در موارد پیش‌بینی شده و به روش‌های مشخص در قانون، حق ورود به آن را ندارد.

۲-۲. قانون مالکیت فکری

قانون مالکیت فکری لبنان از بسیاری از آثار معنوی و فکری حمایت می‌کند. این کشور به سازمان جهانی مالکیت فکری^۱ پیوسته است. لبنان بسیاری از معاهده‌ها و پیمان‌های این سازمان را پذیرفته است، که در زیر به تاریخ عضویت آنها اشاره می‌کنیم:

- ❖ موافقت‌نامه مادرید^۲ در یکم سپتامبر ۱۹۲۴.
- ❖ کنوانسیون پاریس^۳ در یکم سپتامبر ۱۹۲۴.
- ❖ کنوانسیون برن^۴ در سیام سپتامبر ۱۹۴۷.
- ❖ موافقت‌نامه نیس^۵ در هشتم آوریل ۱۹۶۱.

1. WIPO (World Intellectual Property Organization)
2. Madrid Agreement
3. Paris Convention
4. Berne Convention
5. Nice Agreement

- ❖ کنوانسیون بروکسل^۱ در ۲۱ می ۱۹۷۴.
- ❖ کنوانسیون سازمان جهانی مالکیت فکری در سی‌ام دسامبر ۱۹۸۶.
- ❖ کنوانسیون رم^۲ در ۱۲ آگوست ۱۹۹۷.
- ❖ پیمان همکاری حق اختراع^۳ در دوم ژوئن ۲۰۰۰.
- ❖ پیمان سنگاپور در پنجم دسامبر ۲۰۰۶.

۳-۲. قانون سرمایه‌گذاری

مقامات این کشور به ویژه سران دولت و مجلس لبنان در سال‌های گذشته موانع بسیاری را از راه ورود سرمایه‌های خارجی به این کشور برداشته‌اند. به طور کلی، در این کشور فعالیت افراد و شرکت‌های خارجی بسیار آسان‌تر از دیگر کشورهای عربی و یا کشورهای هم‌تراز لبنان است. این موضوع در مراحل راه‌اندازی کسب و کار جدید در لبنان نیز کاملاً به چشم می‌خورد. ولی در عین حال، بیشتر شرکت‌های خارجی از راه نمایندگی‌های داخلی که با مقررات لبنان آشنا هستند، برای عرضه کالا و خدمات خود اقدام می‌کنند. این بدان معناست که شاید ریسک ناآشنا بودن به قوانین اقتصادی، کار و کارگری و بازرگانی لبنان، برخی از شرکت‌ها را برای فعالیت مستقیم در این کشور با مشکل روبرو می‌کند.

بخش خصوصی لبنان به تنهایی نمی‌تواند سرمایه‌گذاری‌های کلان مورد نیاز کشور را انجام دهد، بنابراین بخش دولتی همواره در طرح‌های بزرگ شرکت می‌کند، البته این موضوع مانعی برای حضور شرکت‌های خارجی در پروژه‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها در لبنان به شمار نمی‌رود.

به طور کلی در لبنان بخش خصوصی و دولتی در کنار هم قرار دارند و اقتصاد این کشور یک «اقتصاد مختلط» است، و کم‌کم بخش خصوصی سهم بیش‌تری از اقتصاد را از آن خود می‌کند. در سال‌های گذشته تلاش‌های بسیاری برای ترویج مالکیت خصوصی در لبنان صورت گرفته و بخش خصوصی نیز با طرح‌های دولت هم‌سو شده است.

سیاست آزادسازی اقتصادی دولت لبنان در سال‌های گذشته و برنامه‌های اصلاحات

1. Brussels Convention
2. Rome Convention
3. Patent Cooperation Treaty

اقتصادی به رشد اقتصادی در این کشور منجر شده و از این رو دولت بستر مناسبی را برای حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط، جلب سرمایه‌های خارجی و پشتیبانی از کارآفرینان انجام داده است.

۲-۴. مراحل راه‌اندازی کار تجاری (کسب و کار)

آغاز فعالیت یک شرکت در لبنان نیازمند طی مراحل پنج‌گانه و ارائه مستندات مورد نیاز به ادارات دولتی از جمله اداره‌ی ثبت شرکت‌ها، اداره‌ی مالیات و صندوق ملی تامین اجتماعی این کشور است. مراحل ثبت شرکت جدید در لبنان در جدول شماره‌ی ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: مراحل راه‌اندازی کار تجاری (کسب و کار)

شماره مرحله	عنوان مرحله	مدت زمان لازم	هزینه‌های لازم
اول	تعیین یک وکیل لبنانی.	یک روز	شش میلیون پوند لبنان (ضمانت سالانه) + یکصد هزار پوند لبنان (قانونی کردن وکالت‌نامه در کانون وکلای دادگستری)
دوم	سپرده‌گذاری سرمایه در بانک و دریافت گواهی سپرده.	دو روز	بدون هزینه
سوم	ثبت کردن شرکت در اداره‌ی ثبت شرکت‌ها.	سه روز	۱,۶۷۳,۸۵۰ پوند لبنان
چهارم	آگاه کردن وزارت امور مالی از آغاز به کار شرکت.	دو روز	بدون هزینه
پنجم	ثبت کردن در صندوق ملی تامین اجتماعی.	یک روز	بدون هزینه

www.doingbusiness.org

۲-۵. قوانین گمرکی

سیستم گمرکی و قوانین تجارت خارجی لبنان در سال‌های گذشته بسیار تسهیل شده

و دولت لبنان نرخ‌های تعرفه‌ای با ارزش بسیار پایین را برای کالاهای وارداتی اعمال می‌کند. لبنان هیچ‌گونه سهمیه‌ای برای واردات اعمال نمی‌کند، ولی یک سیستم پیچیده از مجوزهای صادرات و واردات را اجرا می‌کند. در واقع این سامانه‌ی گمرکی پیچیده، جایگزینی است برای موانع گمرکی، تعرفه‌های بالا و سهمیه‌هایی که این کشور می‌توانست، برای کالاهای خارجی برقرار کند. در لبنان واردات نفت و محصولات نفتی به بیست شرکت محلی محدود شده و مجوزهای واردات یا صادرات قابل واگذاری به اشخاص دیگر نیست. بازرگانان در صورت تخلف از مقررات، مجبور به پرداخت مبلغی جریمه به گمرک خواهند بود و برای صادرات مقادیر زیاد کالاهای مصرفی مجوز ویژه‌ی آن نیاز است. در کل، به دلیل جایگاه ویژه‌ی لبنان به عنوان گذرگاه ترانزیت کالا میان برخی از کشورها و نیز ترانزیت برخی از کالاها به اروپا، این کشور مقررات و چارچوب‌های ویژه‌ای در بخش گمرکی دارد، تا افزون بر ایجاد یک منبع درآمد پایدار، دیگر کشورها نیز بتوانند از امکانات گمرکات لبنان بهره‌مند شوند.

برخی از کالاهایی که ورود آنها به لبنان ممنوع است، شامل موارد زیر هستند:

- ❖ **مواد مخدر.**
 - ❖ **خودروها یا وسایط نقلیه با عمر بیش از هشت سال.**
 - ❖ **تفنگ، جنگ‌افزار و تجهیزات نظامی.**
 - ❖ **محصولاتی خلاف اخلاق و عفت عمومی.**
 - ❖ **محصولات خطرناک برای بهداشت عمومی.**
- محصولات کشاورزی از جمله کالاهایی هستند که گمرک لبنان به روشنی وضعیت بسیاری از اقلام آن را، برای واردات به این کشور مشخص کرده است. در این زمینه می‌توان دسته‌بندی زیر را ارائه کرد:
- ❖ **کالاهای نیازمند مجوز فصلی: صیفی‌جات، سبزیجات، گلابی، انگور، زردآلو و گل‌های وحشی.**
 - ❖ **کالاهای نیازمند مجوز در طول سال: انواع زیتون، بذر کاج، بذر پیاز و سیب زمینی و پیله ابریشم.**
 - ❖ **کالاهای کشاورزی ممنوع‌الورود: انواع لیمو، سیب، به، گیلاس، آلبالو، توت فرنگی، آلوچه، بادام و سبزیجات برگی.**

- ❖ کالاهای نیازمند مجوز از وزارت بازرگانی خارجی: گندم، محصولات پایه گندم، روغن زیتون، آب پرتقال، آب سیب، تخم خردل و کرم ابریشم.
- ❖ کالاهای نیازمند مجوز از وزارت صنایع: سیمان سفید، قیر، نفت، سنگ گچ، روغن‌های سوختی، نخ ابریشم، سیم‌های الکتریکی، چرم فرآوری نشده، ماشین‌آلات و تجهیزات صنعتی.
- ❖ کالاهای نیازمند مجوز از دیگر وزارت‌خانه‌های لبنان.
- ❖ وزارت بهداشتی: اقلام دارویی.
- ❖ وزارت محیط زیست: مواد شیمیایی.

با توجه به مقررات گمرکی لبنان، اقلام دارویی و غذایی باید برچسب‌های اطلاعات نام تولیدکننده، تاریخ تولید، انقضای مصرف و مبدا حمل کالا را داشته باشند. کالاهایی که بدون برچسب اطلاعات باشند به دلیل تخطی از قوانین گمرکی مرجوع می‌شوند. گفتنی است که تنباکو در لبنان از حقوق انحصاری واردات و صادرات برخوردار است.

۲-۶. قوانین بانکی



بانک مرکزی لبنان^۱، نهاد اصلی نظارت کننده بر سیستم پولی این کشور است. لبنان از دید حقوقی و قانونی بسیاری از استانداردهای جهانی بانکداری را رعایت می‌کند. قوانین و مقررات داخلی این کشور در زمینه‌های مالی و بانکداری نسبت به دیگر کشورهای منطقه پیشرفته‌تر است.

تاریخ بانکداری در این کشور به دوره‌ی امپراتوری عثمانی برمی‌گردد، که همه‌ی بانک‌های رسمی شاخه‌ای از بانک‌های خارجی بودند. با پایان یافتن جنگ جهانی اول که لبنان تحت قیمومیت فرانسه قرار گرفت، فرایند تاسیس بانک‌ها در این کشور آغاز شد و پس از استقلال، روند تاسیس بانک‌ها به سرعت رشد کرد. اوج افزایش بانک‌ها در لبنان، بین سال‌های ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۵ میلادی بود که تعداد آنها به حدود ۷۹ بانک رسید. البته هجده

1. Reserve Bank of India

بانک از این بانک‌ها غیرلبنانی و از یازده کشور خارجی بودند، که پنج بانک متعلق به کشورهای عربی بود.

بانک مرکزی لبنان در سال ۱۹۶۳ میلادی به عنوان یک بانک تجاری افتتاح و به عنوان واحد مستقل از دولت و هدایت‌کننده‌ی همه‌ی فعالیت‌های مالی، پولی، بانکی و سرمایه‌گذاری لبنان معرفی شد. مرکز این بانک در بیروت است و در ۹ شهر این کشور از جمله صور، صیدا، نبطیه، بعلبک و طرابلس شعبه دارد.

بانک مرکزی لبنان توسط یک رییس کل و چهار معاون اداره می‌شود و هیات مدیره آن شامل رییس کل، معاونین و مدیران کل دو وزارتخانه دارایی و اقتصاد و تجارت است.

رییس کل بانک مرکزی به پیشنهاد وزیر دارایی و با تصویب کابینه‌ی دولت انتخاب می‌شود. وظیفه‌ی اصلی بانک مرکزی، حفظ ارزش پول لبنان، مدیریت و نظارت بر فعالیت‌های بانکی و پولی بانک‌ها و موسسات اعتباری، مالی و مبارزه با پول‌شویی است.

بر اساس قوانین بانک مرکزی، همه‌ی بانک‌های تجاری لبنان به جز بانک‌های سرمایه‌گذاری و بانک‌های پرداخت‌کننده وام‌های میان و بلند مدت، باید درصدی از حجم پس‌اندازها و پول‌های در گردش و نقدینگی خود را نزد بانک مرکزی به صورت نقد بسپارند.

بانک‌های لبنان به دلیل افزایش سپرده‌ها و میزان گردش پول و همچنین کاهش میزان وام‌دهی و بازسازی ساختار اقتصادی، توانسته‌اند در بحران مالی اخیر جهان چندان دست‌خوش بحران نشود.

برخی از بانک‌های لبنان عبارتند از:

- ❖ **Al Baraka Bank Lebanon**
- ❖ **Al Mawarid Bank**
- ❖ **Association of Banks in Lebanon**
- ❖ **Audi Saradar Bank**
- ❖ **Bank of Beirut**
- ❖ **BankMed Lebanon**

- ❖ **Byblos Bank**
- ❖ **Credit Libanais**
- ❖ **FFA Private Bank Lebanon**
- ❖ **Fransa bank**
- ❖ **Jammal Trust Bank sal Lebanon**

۲-۷. قوانین ارزی

بر اساس قانون مدیریت ارزی این کشور، سرمایه‌گذاران به راحتی می‌توانند ارزهای خارجی را در این کشور با پوند لبنان مبادله کنند. ارز خارجی را می‌توان از بانک مرکزی لبنان یا سایر بانک‌های مجاز، خریداری کرد. انتقال سرمایه به خارج از لبنان با تایید بانک مرکزی لبنان قابل انجام است. سرمایه‌گذاران خارجی می‌توانند اصل سرمایه و سود حاصله را با ارز خارجی، از کشور خارج کنند.

در لبنان صرافی‌ها و بانک‌ها تبدیل ارز و پول‌های خارجی را انجام می‌دهند. بسیاری از مغازه‌های دارای پروانه‌ی معتبر و همچنین هتل‌ها نیز می‌توانند کار تبدیل ارز را در این کشور انجام دهند. بانک مرکزی لبنان بر نرخ‌های تبدیل پول‌های خارجی در این کشور نظارت دارد. در کنار پوند لبنان، پول‌های ملی کشورهای فرانسه و آمریکا نیز در این کشور کاربرد دارند. در برخی از فروشگاه‌های کوچک و مغازه‌ها نیز با دلار به سادگی می‌توان خرید کرد.

۲-۸. قوانین مالیاتی

شرکت‌های خارجی و لبنانی فعال در کشور لبنان، مشمول نرخ پانزده درصد مالیات می‌شوند. سهام‌داران شرکت‌ها نیز مشمول مالیات بر درآمد، پس از کاهش سهم خانواده می‌شوند که نرخ افزایشی آن به صورت زیر است:

❖ درآمد زیر ۹ میلیون پوند لبنان: چهار درصد.

❖ درآمد بین ۹ تا ۲۴ میلیون پوند لبنان: هفت درصد.

❖ درآمد بین ۵۴ تا ۱۰۴ میلیون پوند لبنان: شانزده درصد.

❖ درآمد بالای ۱۰۴ میلیون پوند لبنان: ۲۱ درصد.

منظور از سهم خانواده حداکثر شش درصد حقوق ماهیانه‌ی فرد، تا سقف ۱/۵ میلیون پوند لبنان است.

مالیات شخصی در لبنان دارای نرخ‌هایی به صورت زیر است:

❖ درآمد بین ۱ تا ۶ میلیون پوند لبنان: دو درصد.

❖ درآمد بین ۶ تا ۱۵ میلیون پوند لبنان: چهار درصد.

❖ درآمد بین ۱۵ تا ۳۰ میلیون پوند لبنان: هفت درصد.

❖ درآمد بین ۳۰ تا ۶۰ میلیون پوند لبنان: یازده درصد.

❖ درآمد بین ۶۰ تا ۱۲۰ میلیون پوند لبنان: پانزده درصد.

❖ درآمد بالای ۱۲۰ میلیون پوند لبنان: بیست درصد.

دولت لبنان از محل مالیات‌های دریافتی، در تامین بخشی از کمبودهای تراز تجاری و نیز سرمایه‌گذاری در پروژه‌های کلان و زیرساختی کشور بهره می‌گیرد. در لبنان قانون مالیات‌ها دارای ساختار مطلوبی است و میزان و یا نرخ آن در حد عرف و معمول است.

۹-۲. قوانین کنسولی

بر اساس قوانین کنسولی، شهروندان کشورهای خارجی برای ورود به خاک لبنان باید روادید بگیرند. سفارت لبنان در تهران به اتباع ایرانی خدمات کنسولی ارائه می‌کند.

برای دریافت روادید لبنان مدارک زیر مورد نیاز است:

❖ اصل گذرنامه با دست‌کم هفت‌ماه اعتبار از هنگام آغاز مسافرت.

❖ دو قطعه عکس.

❖ کپی بلیط رفت و برگشت و رزرو هتل.

هزینه‌ی صدور روادید نیز به صورت زیر است:

❖ ویزای لبنان یک ماهه یک بار ورود: پانصد هزار ریال.

❖ ویزای لبنان یک ماهه دو بار ورود: هفتصد هزار ریال.

❖ ویزای لبنان چند بار ورود: یک میلیون ریال.

زمان تحویل روادید، هفت روز کاری پس از تکمیل مدارک است. برای سفر به لبنان نیز مانند بسیاری از دیگر کشورها، هزینه‌ی پرداخت شده برای دریافت روادید، غیرقابل برگشت است.

برای هرگونه مسافرت به این کشور بهتر است، به نکات زیر توجه شود:

❖ مراقب اشیای ارزشمند و مدارک مسافرتی خود باشید و اصل گذرنامه خود را در صندوق امانات هتل یا محل اقامت نگهداری کنید.

❖ اگر به هر دلیل توسط پلیس محلی بازداشت شدید، از مأمورین بخواهید به استناد ماده‌ی ۳۶ کنوانسیون وین درباره‌ی امور کنسولی، سریعاً سفارت ایران را از موضوع آگاه سازید.

❖ اگر به زبان عربی یا انگلیسی آشنایی ندارید، از امضای هرگونه اوراق و اسناد خودداری کنید. البته افراد در این کشور تحت حاکمیت قوانین محلی هستند و وظایف نمایندگی ایران مبنی بر ارائه‌ی خدمات کنسولی، به معنای نقض قوانین کشور میزبان نیست.

❖ پیش از رفتن به لبنان، نسبت به تزریق واکسن هیپاتیت بی اقدام کنید.

❖ در صورت آسیب‌دیدگی و زخمی شدن، باید واکسن کزاز تزریق کنید.

❖ از نوشیدن آب غیرجوشیده و حتی آب لوله‌کشی خودداری کنید. تنها آب جوشیده یا تصفیه شده بنوشید، همچنین می‌توانید از آب معدنی که در بسته‌بندی و با بهای مناسب یافت می‌شود، استفاده کنید.

❖ در صورت بروز مشکل یا بیماری جدی به یک مرکز درمانی معتبر مراجعه کنید. در مجموع سطح دانش پزشکی لبنان و کیفیت داروها در این کشور مطلوب است.

❖ پیشنهاد می‌شود هنگام سفر به این کشور از تسهیلات مربوط به بیمه‌ی مسافر استفاده کنید.

۳. عضویت در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری

این کشور در سازمان‌های بین‌المللی، پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری بسیاری عضویت دارد.

۳-۱. عضویت در سازمان‌های مهم بین‌المللی

این کشور عضو یا ناظر سازمان‌های بین‌المللی بسیاری است. این سازمان‌ها عبارتند از:

- ❖ سازمان ملل متحد.
- ❖ سازمان جهانی تجارت (ناظر)^۱.
- ❖ بانک جهانی.
- ❖ صندوق بین‌المللی پول.
- ❖ اتاق بازرگانی بین‌المللی.
- ❖ سازمان جهانی گمرک.
- ❖ آژانس تضمین سرمایه‌گذاری چندجانبه.
- ❖ سازمان جهانی مالکیت فکری^۲.
- ❖ شورای امنیت سازمان ملل (موقت).
- ❖ سازمان بین‌المللی هواپیمایی کشوری.
- ❖ بانک بین‌المللی ترمیم و توسعه.
- ❖ کنفرانس تجارت و توسعه‌ی ملل متحد.
- ❖ سازمان بین‌المللی استاندارد.
- ❖ سازمان جهانی گردشگری.
- ❖ بنگاه مالی بین‌المللی.

1. World Trade Organization (WTO)

2. World Intellectual Property Organization (WIPO)

- ❖ سازمان جهانی هواشناسی.
- ❖ سازمان بین‌المللی توسعه.
- ❖ صندوق بین‌المللی توسعه‌ی کشاورزی.
- ❖ سازمان توسعه‌ی صنعتی ملل متحد (یونیدو).
- ❖ سازمان جهانی ماهواره‌های مخابراتی.
- ❖ اتحادیه ارتباطات راه دور بین‌المللی.
- ❖ سازمان علمی، فرهنگی و آموزشی ملل متحد (یونسکو).
- ❖ آژانس بین‌المللی انرژی اتمی.
- ❖ پلیس بین‌الملل.
- ❖ سازمان بین‌المللی مهاجرت.
- ❖ کمیته بین‌المللی المپیک.
- ❖ اتحادیه‌ی جهانی پست.
- ❖ سازمان بهداشت جهانی.
- ❖ سازمان کنفرانس اسلامی.
- ❖ بانک توسعه اسلامی.
- ❖ سازمان منع جنگ‌افزارهای شیمیایی.
- ❖ هیات عالی سازمان ملل در امور پناهندگان.
- ❖ فدراسیون جهانی اتحادیه‌های تجاری.
- ❖ سازمان جهانی کار.
- ❖ کنفرانس صلح آفریقا.
- ❖ بانک توسعه اقتصادی عرب.

این کشور هم‌چنین یکی از اعضای جنبش غیرمتعهدها^۱ است. این کشور به گروه G-۷۷ و G-۲۴ نیز پیوسته است.

1. Non Aligned Movement

۳-۲. عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری

امروزه عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری، از اهمیت بسیار بالایی در تجارت بین‌الملل برخوردار است. یکی از اهداف موافقت‌نامه‌های تجاری بین کشورها، رساندن تعرفه‌های گمرکی به حد صفر است.

عدم عضویت در این پیمان‌ها و موافقت‌نامه‌ها، به معنای محروم شدن از منافع موافقت‌نامه‌های مذکور به ویژه در زمینه صادرات است.

لبنان عضو برخی از پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری منطقه‌ای و بین‌المللی بسیاری است. این پیمان‌ها و موافقت‌نامه‌های تجاری عبارتند از:

❖ صندوق توسعه اقتصادی و اجتماعی عرب^۱.

❖ صندوق پول عرب^۲.

❖ منطقه‌ی تجارت آزاد پان - عرب^۳.

❖ پیمان تجارت آزاد لبنان با جامعه‌ی اروپا.

❖ پیمان تجارت آزاد لبنان با منطقه تجارت آزاد اروپا.

امضای موافقت‌نامه‌ی منطقه تجارت آزاد پان - عرب موجب شده تا تعرفه گمرکی کالاها‌ی کشورهای عربی که به لبنان وارد می‌شوند کاهش یابد. بر این اساس، تعرفه گمرکی کالاها از سال ۲۰۰۲ میلادی به پنجاه درصد کاهش یافته است.

کمیته اقتصادی و اجتماعی اتحادیه عرب، زمان اجرای کامل موافقت‌نامه تسهیل و گسترش تبادل تجاری کشورهای عربی را از سال ۲۰۰۷ میلادی به ۲۰۰۵ میلادی تغییر داد. افزون بر لغو تعرفه گمرکی برای کالاها تا سال ۲۰۰۵ میلادی، همه‌ی موانع غیرتعرفه‌ای نیز لغو می‌شود. هم‌چنین محدودیت زمانی برای صادرات کالاها‌ی ترجیحی از ۳۵ ماه به ۴۵ ماه افزایش می‌یابد که این محدودیت در اول سال ۲۰۰۵ میلادی کاملاً از بین رفته است.

لبنان با اتحادیه اروپا موافقت‌نامه تجارت آزاد دارد. بر اساس این موافقت‌نامه، اتحادیه

1. Arab Fund for Economic and Social Development

2. Arab Monetary Fund

3. Pan-Arab Free Trade Area

اروپا همه‌ی تعرفه‌های گمرکی محصولات کشاورزی صادراتی لبنان به جز شیر، ماست، ذرت، برخی محصولات کاکائو، بستنی و برخی از مشروبات الکلی را حذف کرده است. در مقابل لبنان نیز متعهد شده تا تعرفه‌ی گمرکی ۱۲۰ قلم از محصولات صادراتی اروپا مانند ماست، آدامس، شیرینی، کاکائو، شکلات، بیسکویت، ذرت و برخی از محصولات مانند سیب زمینی، بستنی، آب معدنی و آجیو را سی درصد کاهش دهد. تعهدات لبنان بین شش تا دوازده سال پس از آغاز اجرایی شدن این پیمان، انجام خواهد شد.



فصل دوم

محیط فرهنگی

در این فصل به مطالبی هم‌چون دین، زبان، علایق و الگوی زندگی و مصرف، نهادهای اجتماعی و دینی، رسانه‌ها، عادات خرید و مصرف، تعطیلات، اعیاد و جشن‌ها، دیدگاه کلی نسبت به ایران، فرهنگ مذاکره، نقش هدایا و سوغات، ارزش‌های غالب و آداب و رسوم خاص مردم لبنان پرداخته می‌شود.

۱. ارکان فرهنگی و اجتماعی

در این قسمت، نخست با ارکان اصلی تشکیل دهنده‌ی فرهنگ کشور لبنان، هم‌چون دین و زبان و سپس با آداب و رسوم کلی مردم این کشور آشنا می‌شویم.



۱-۱. دین

اسلام و مسیحیت دین‌های رایج در این کشور هستند. در لبنان ۵۹/۷ درصد مردم مسلمان، ۳۹ درصد مسیحی و ۱/۳ درصد از جمعیت نیز پیرو دیگر ادیان هستند.

۱-۲. زبان

زبان رسمی کشور لبنان، عربی است. ولی زبان‌های دیگر مانند ارمنی، انگلیسی و فرانسوی نیز در آن کاربرد دارد. اصل یازدهم قانون اساسی لبنان می‌گوید، زبان عربی زبان رسمی و ملی کشور است. قانون موارد استفاده از زبان فرانسه را تعیین خواهد کرد.

لهجه‌ی لبنانی شاخه‌ی عربی شامی به شمار می‌رود و در کاربرد و تلفظ واژگان با دیگر شاخه‌های عربی تفاوت دارد. این گویش به عربی سوری، فلسطینی و مصری نزدیک‌تر است.

در این زبان، حرف «ج»، «ز» خوانده می‌شود و به جای «ق»، حرف «ع» و به جای «ث» نیز حرف «ت» تلفظ می‌شود. برای نمونه، واژه‌ی «کثیر»، کتیر خوانده می‌شود و واژه‌ی «قلب»، علب خوانده می‌شود. همچنین واژه‌ی «جدید»، ژدید ادا می‌شود. این مورد آخر جالب است، چرا که معمولاً گفته می‌شود در زبان عربی چهار حرف «پ»، «ژ»، «گ» و «چ» وجود ندارد، ولی می‌بینیم که این موضوع در برخی از گویش‌های عربی تعدیل شده است.

بیشتر لبنانی‌ها دو زبانه هستند و به زبان‌های عربی و فرانسه سخن می‌گویند. به همین دلیل لبنان عضو سازمان کشورهای فرانسوی زبان است. زبان انگلیسی نیز میان دانشجویان لبنانی رایج شده است.



۳-۱. الگوی زندگی

مردم لبنان مانند بسیاری دیگر کشورها، افرادی میهن‌دوست هستند و این موضوع در مناسبت‌های گوناگون و نیز در جریان زندگی عادی آنها به روشنی دیده می‌شود.

لبنان به عنوان کشوری عربی و اسلامی که بخش بزرگی از جمعیت آن مسیحی است، دارای فرهنگی چندگانه است که موجب پیوند خوردن روش زندگی مسلمانان و مسیحیان شده است. در این کشور باورها، آیین‌ها و ارزش‌های دینی بخش مهمی از آموزه‌های مدرسه‌ها و در کل زندگی مردم است. یکی از ویژگی‌هایی که مردم این کشور بدان مشهورند، پایداری و مقاومت است که شاید جنگ‌های داخلی این کشور و تهاجم به این کشور در دهه‌ی گذشته موجب آن شده است.

امروزه روش زیستن در لبنان اندکی دچار دگرگونی شده است. باز شدن اقتصاد این کشور، تحولات جهانی، فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، ماهواره و اینترنت، بر روی شیوه‌ی زندگی لبنانی‌ها اثر گذاشته و به تبع آن سطح رفاه و توان مالی مردم افزایش یافته است.

از جاذبه‌های لبنان می‌توان به جنگل‌های انبوه درخت سدر اشاره کرد. درخت سدر همواره

به عنوان درختی مقدس مطرح بوده و در آموزه‌های بیشتر پیامبران جایگاه ویژه‌ای داشته و از چوب آن برای ساختن کاخ‌های فرمانروایان استفاده می‌شده است.



در تاریخ آمده که حضرت سلیمان به دستور خداوند تخت خویش را از این درخت که در ارتفاعات لبنان رشد می‌کند ساخت. با توجه به شکوه درخت سدر، از آن به عنوان نماد ملی لبنان و نشانه‌ای در پرچم این کشور استفاده شده است.

لبنان از نظر مذهبی کشوری آزاد است. توجه به بافت اجتماعی لبنان نشان می‌دهد که در این کشور نمونه خوبی از همزیستی مذهبی و دینی وجود دارد، به طوری که در لبنان هجده طایفه‌ی گوناگون با آداب و رسوم مختلف زندگی می‌کنند. در لبنان برای زندگی گروه‌های مختلف محدودیتی وجود ندارد و هر کدام آزاد هستند تا بر اساس آداب و رسوم خود زندگی کنند. این کشور از دیرباز جایگاهی برای محک زدن فرهنگ‌ها و تبادل نظر درباره‌ی ادیان بوده است.

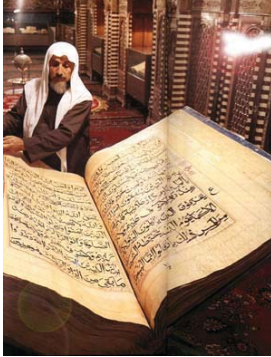
لبنان شاید از نخستین کشورهای خاورمیانه باشد که مراکز علمی آموزش طراحی لباس، پیرایش و انستیتوهای زیبایی را داراست و هرساله طراحان در آن به نمایش آخرین آثار خویش می‌پردازند.

هر ساله در تابستان یک جشنواره تابستانی که دارای تخیف‌های ویژه‌ی هتل‌ها، رستوران‌ها، مناطق گردشگری، بلیط هواپیما و ... است، برگزار می‌شود. همچنین جشنواره‌های مهم هنری و فرهنگی در این کشور برگزار می‌شود، مانند جشنواره موسیقی بعلبک که در آن بزرگ‌ترین ارکسترهای جهان برنامه دارند و یا جشنواره‌های هنری که در شهر بیت‌الدین (از شهرهای باستانی لبنان) در فصل تابستان برگزار می‌شود و بسیاری از هنرمندان برجسته در آن شرکت می‌کنند. بیشتر مردم لبنان می‌توانند خودشان را با فرهنگ‌های گوناگون هماهنگ کنند.

بیروت شهری زیبا و بندری است. این شهر دارای دو بخش است. شمال شرق آن بیشتر مسیحی‌نشین و جنوب غربی آن مسلمان‌نشین است.

در میان کشورهای عربی تنها کشوری که عملاً در مقابل رژیم اشغال‌گر قدس ایستادگی می‌کند، لبنان است. نیروهای حزب‌الله که شیعیانی استوار و مقاومند، از سال‌های دور در برابر تجاوزات رژیم صهیونیستی ایستاده‌اند. توانمندی نیروهای حزب‌الله به گونه‌ای است

که حتی سوریه که مدعی مقاومت در مقابل رژیم صهیونیستی است، می‌کوشد تا خود را حامی حزب‌الله معرفی کند، تا به این وسیله بخش‌هایی از سوریه را که در اشغال رژیم صهیونیستی است، آزاد کند.



۴-۱. نهادهای اجتماعی و دینی

نهادهای اجتماعی و دینی در ساختار جامعه لبنان، تاثیر قابل ملاحظه‌ای دارند. در این کشور ادیان اسلام و مسیحیت در بسیاری از نهادها و سازمان‌ها نمود دارند. در این کشور، همزیستی و سازش مسلمانان و مسیحیان درخور توجه است.

لبنان برای هزاران سال گذرگاه تمدن‌های گوناگون بوده است. پس جای شگفتی نیست که این کشور کوچک دارای فرهنگ زنده‌ای باشد. وجود گونه‌های قومی و مذهبی بسیار به رسوم پربار موسیقی، آشپزی و جشن‌های لبنان کمک کرده است.

در بیروت نمایش‌ها و کنسرت‌های موسیقی فراوانی برگزار می‌شود. در نگارخانه‌ها، موزه‌ها، تئاترها و اماکن عمومی جشن‌ها و جشنواره‌های بسیاری برگزار می‌شود. جامعه‌ی امروز لبنان تحصیل کرده و شاید با کشورهای اروپایی حاشیه مدیترانه قابل مقایسه باشد.

این کشور نه تنها محل تلاقی مسیحیت با اسلام، بلکه دروازه‌ای است که جهان عرب را به اروپا متصل می‌کند.



در لبنان دانشگاه‌های بسیاری فعال هستند و از مهم‌ترین آنها می‌توان به دانشگاه لبنان اشاره کرد. این دانشگاه تنها دانشگاه دولتی لبنان است. سطح علمی بالایی دارد و با دانشگاه‌های فرانسه و سایر کشورهای اروپایی در ارتباط است. وجود خوابگاه، هزینه‌ی کم و سطح علمی بالا از شاخصه‌های این دانشگاه است.

زبان تدریس در دانشگاه به انتخاب دانشجو، انگلیسی یا فرانسه است. دانشگاه لبنان در رشته‌های مهندسی شهرت دارد. به قول خود لبنانی‌ها درس‌های رشته‌های مهندسی آن سخت‌تر از دانشگاه‌های کشورهای دیگر حتی آمریکا است. دانشگاه بین‌المللی لبنان از دانشگاه‌های آینده‌دار لبنان است. مسوول این دانشگاه، عبدالرحیم مراد، از سرمایه‌دارهای لبنان است که در دوره‌های پیشین نماینده مجلس و وزیر دفاع بوده است. این دانشگاه کار خود را با یک دانشکده از استان بقاع شروع کرد. امروزه این دانشگاه در شهرهای بزرگ لبنان دارای شعبه است و در کشورهای عربی نیز شعبه دارد. گفته شده که در آینده نزدیک نیز شعبه‌ای در جزیره‌ی کیش ایجاد می‌کند. لبنان همچنین میزبان دانشگاه‌هایی مانند دانشگاه آمریکایی بیروت، دانشگاه سنت جوزف و دانشگاه آمریکایی لبنان است.

در کشور لبنان زوج‌های با دین ناهم‌سان نمی‌توانند با هم ازدواج کنند. افراد بدون دین و غیرمتعهد به ادیان شناخته شده‌ی بودایی، هندو و یا مذهب پروتستان نیز نمی‌توانند در این کشور با هم ازدواج کنند. البته کسانی که خوش‌شانس هستند و دین و مذهبی یکسان دارند هم برای ثبت پیوند زناشویی در مراجع مذهبی با مشکلاتی روبرو هستند. برای نمونه، کلیسای مارونی که مذهب بیشتر مسیحیان لبنانی است طلاق را منع کرده است. در شرایطی که زوج‌های متعهد به ادیان و مذاهب گوناگون نمی‌توانند در لبنان با هم ازدواج کنند، دولت ازدواج‌هایی که در بیرون از لبنان انجام شود را، به رسمیت می‌شناسد. همین مساله موجب شده شرکت‌های مسافرتی برای پاسخ‌گویی به درخواست‌های مردم بسته‌های مسافرتی ویژه‌ی ازدواج در بیرون از کشور ارائه دهند. برای برگزاری مراسم عقد در قبرس که با هواپیما تنها نیم ساعت با لبنان فاصله دارد ۱,۹۰۰ دلار پرداخت می‌شود.

در لبنان نزدیک به یک سوم مدارس توسط دولت و بقیه زیر نظر کلیسا اداره می‌شود. برخی از شیعیان، مدیریت تعدادی از مدارس دولتی را به عهده گرفته‌اند. حزب‌الله از ده سال پیش به فکر برپایی مدارس برای شیعیان بوده است و تاکنون ۹ مدرسه در لبنان و یک مدرسه در شهر قم ایران با کمک مقام معظم رهبری و دولت ایران تاسیس کرده است که به نام مدارس المهدی شناخته می‌شود.

دولت لبنان برای مدارس خود کتاب‌هایی تدوین کرده است و مدارس دیگر در انتخاب کتب درسی آزاد هستند. بیشتر مدارس لبنان از دانش‌آموزان هزینه‌ی آموزشی دریافت می‌کنند و در برخی موارد از کمک‌های افراد نیکوکار نیز استفاده می‌شود. در لبنان

کسانی که مدرک دیپلم دریافت کنند، می‌توانند بدون کنکور وارد دانشگاه شوند.

در لبنان اگر میان دو طایفه درگیری رخ دهد، یک قانون عام وجود دارد که بر اساس آن همه‌ی مردم، به علما حتی از گروه مخالف باشد، احترام می‌گذارند. در واقع روحانیون همه‌ی طوایف، محترم هستند.

۵-۱. رسانه‌ها

لبنان به چهارراه فرهنگی جهان معروف است. آیین‌ها، مکاتب و اندیشه‌های گوناگون به سادگی در این کشور ترویج می‌شود. می‌توان گفت که لبنان منطقه‌ی آزاد فرهنگی به شمار می‌رود. فرهنگ غرب از سویی و فرهنگ آسیا از سوی دیگر و گاهی فرهنگ آفریقا در آن راه دارد و به سهولت با ابزارهای ارتباطی و با شیوه‌های جذاب ترویج می‌شود. در این کشور فضای شبیه‌پراکنی باز است و مردم تحت‌تاثیر القانات و شبهات فراوان قرار می‌گیرند.

مسیحیان در لبنان بیش از چهل مجله در حوزه‌های گوناگون دارند. در لبنان تعداد شبکه‌های تلویزیونی به حدی است که خود مردم از آمار دقیق آن اطلاعی ندارند. آنها می‌گویند که نزدیک به دویست تا پانصد کانال تلویزیونی قابل دسترسی است. افراد با پرداخت مبالغی می‌توانند شبکه‌های تلویزیونی این کشور را ببینند. در لبنان ۹ کانال تلویزیونی بدون پرداخت هزینه، برای همگان قابل استفاده است.

شبکه ال. بی. سی مربوط به مسیحیان این کشور است. یک کانال تلویزیونی در بیروت وجود دارد که به صورت شبانه‌روزی مرثیه پخش می‌کند. شبکه‌ی المنار مربوط به حزب‌الله است که به اخبار ایران نیز می‌پردازد.

۶-۱. عادات خرید و مصرف

برخی از کالاهای گران‌قیمت که در گذشته‌ای نه چندان دور در این کشور فروش کمی داشتند، امروزه در بازار خریدار دارند. می‌توان گفت که بازار محصولات لوکس و قیمتی در لبنان جای خود را باز کرده است. البته محل‌های فروش سنتی و بازارچه‌های قدیمی نیز هنوز در این کشور پابرجاست و بسیاری از مردم نیازهای زندگی روزانه‌ی خود را از آنها تامین می‌کنند.

به طور کل، لبنانی‌ها به رابطهی کیفیت- قیمت و ارزشی که از خرید خود به دست می‌آورند، اهمیت بالایی می‌دهند. محصولات باید معمولاً از دوره کاربرد بالاتری برخوردار باشند و کمتر خراب شوند. اگر چه قیمت و عمر کالا از مهم‌ترین شاخص‌های فروش در لبنان هستند، ولی در گرایش‌های مصرفی طبقه ثروتمند و بخشی از طبقه متوسط مشاهده می‌شود که آنها بیش‌تر به مارک کالا، تنوع کالا و کیفیت خدمات توجه می‌کنند. در شهرها عادات و علایق مصرفی تکامل یافته‌تر است که این موضوع ناشی از توسعه روش‌های جدید توزیع کالا، مانند فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای تخصصی است.

۱-۷. تعطیلات رسمی

در لبنان چهارده روز تعطیلی رسمی به طور سراسری وجود دارد. تعطیلات رسمی این کشور عبارتند از:

- ❖ سال نوی میلادی: یکم ژانویه.
- ❖ سال نوی ارمنی‌های ارتدوکس: ششم ژانویه.
- ❖ جشن مارونی‌ها: نهم فوریه.
- ❖ زادروز پیامبر گرامی اسلام: ۲۶ فوریه.
- ❖ جمعه خوب: دوم آوریل.
- ❖ یکشنبه پاک: چهارم آوریل.
- ❖ یکشنبه پاک ارتدوکس‌ها: پنجم آوریل.
- ❖ روز کارگر: یکم می.
- ❖ روز شهدا: ششم می.
- ❖ روز مقاومت و آزادی: ۲۵ می.
- ❖ عید فطر: یازدهم سپتامبر.
- ❖ روز مقدسین مسیحی: یکم نوامبر.
- ❖ عید قربان: هفدهم نوامبر.
- ❖ روز استقلال: ۲۲ نوامبر.
- ❖ سال نوی اسلامی: هفتم دسامبر.

❖ روز کریسمس: ۲۵ دسامبر.

همچنین روزهای جمعه‌ی پیش از عید پاک و روز سوگواری عاشورا نیز از تعطیلات لبنان است.

آغاز سال نوی عرب‌ها، ماه محرم نخستین ماه هجری قمری است که بر این اساس، تعداد روزهای سال بین ۳۴۵ و ۳۵۵ روز متغیر است و ده روز با تقویم میلادی و هجری شمسی تفاوت دارد. از آنجا که تصمیم‌گیری در این رابطه وابسته به رویت ماه در آسمان بوده، گاهی برخی از تعطیلات یک یا دو روز جابجا می‌شوند. لذا تاریخ دقیق برخی از تعطیلات این کشور بر اساس تاریخ میلادی متغیر است.

۱-۸. اعیاد و جشن‌ها



در این کشور مراسم سنتی مردم با مراسم مذهبی آنان آمیخته شده است و به سادگی نمی‌توان تفکیکی بین آنها قایل شد. برخی از جشن‌ها و آیین‌های مهم مذهبی در لبنان عبارتند از:

❖ مراسم مذهبی مسلمانان

مراسم مذهبی مسلمانان لبنان، مشابه مراسم مسلمانان دیگر کشورهای جهان است. این مراسم عبارتند از:

❖ محرم.

❖ عید قربان.

❖ عید فطر.

❖ حج.

❖ مراسم مذهبی مسیحیان

مراسم و جشن‌های مسیحیان لبنان عبارتند از:

❖ کریسمس.

❖ یکشنبه نخل.

❖ عید میلاد مسیح.

۲. فرهنگ مذاکره

در این بخش دیدگاه کلی لبنانی‌ها نسبت به ایران، آداب مذاکره، هدایا و سوغات و ارزش‌های غالب و رسوم خاص در لبنان بیان می‌شود.

۱-۲. دیدگاه کلی نسبت به ایران

مردم ایران و لبنان از گذشته‌های بسیار دور دارای تاریخ و تمدن بوده و روابط مشترکی با هم داشته‌اند. امروزه نیز میان ایرانی‌ها و لبنانی‌ها فضای مثبت و دوستی وجود دارد و این خود زمینه‌ای برای گسترده شدن پیوندهای دو ملت در دیگر زمینه‌ها است.

روابط دو جانبه ایران و لبنان در طی سال‌های گذشته روند مثبت، تفاهم و همکاری را طی کرده است. از دیدگاه لبنان، ایران یکی از منابع مهم انرژی در منطقه و یکی از مهم‌ترین راه‌های ترانزیت کالا جهت ورود به بازارهای کشورهای آسیای میانه و شرق آسیا است. ایران نیز لبنان را کشوری دارای فرهنگ و مذهب نزدیک به خود می‌داند که می‌تواند از بازار آن نیز برای حضور بیشتر در منطقه استفاده کند.

۲-۲. آداب مذاکره

مذاکره در کشور لبنان با آرامش و بدون شتاب در رسیدن به نتیجه انجام می‌شود. برخی از آداب و رسوم مردم این کشور در نشست‌های تجاری و ملاقات‌های رسمی نیز به چشم می‌خورد. برخی از دانستنی‌ها درباره‌ی فرهنگ مذاکره در این کشور عبارتند از:

❖ **روش سلام کردن و دست دادن لبنانی‌ها تفاوت چندانی با روش مرسوم در ایران ندارد.**

❖ **ملاقات و جلسات تجاری ابتدایی، بیشتر به منظور ایجاد شناخت و آشنایی اولیه بازرگانان است.**

- ❖ بازرگانان قدیمی و شرکت‌های معتبر لبنانی در رایزنی‌ها و نشست‌ها، هم‌زمان به دنبال سوددهی معامله و برقراری روابط بلندمدت و دائمی هستند.
- ❖ بهتر است برای مذاکره برنامه‌ای از پیش تهیه شود و هنگام برگزاری نشست ابتدا درباره‌ی موضوعاتی که از اهمیت بیشتری برخوردارند صحبت شود.
- ❖ استفاده از یک مترجم یا فرد آشنا به زبان عربی و انگلیسی به همراه تیم در هنگام مذاکرات تجاری ضروری است.
- ❖ لبنانی‌ها بیش‌تر می‌ایند که از طرف مقابل بیش‌تر بدانند. ارایه‌ی تصویری از شرکت و نشان دادن چکیده‌های از فعالیت‌ها، پروانه‌های کار و موفقیت‌ها می‌تواند در این زمینه سودمند باشد.
- ❖ در زمان گفتگو صبر و حوصله داشته باشید و از بی‌حوصلگی و عجله خودداری کنید. بحث با بازرگانان این کشور نیازمند زمان است.

۲-۲-۱. هدایا و سوغات



مردم لبنان بر اساس سنت‌های عربی، دادن و گرفتن هدیه را رسمی زیبا و کهن می‌پندارند و این سنت دیرینه در لبنان تا حدودی شبیه به ایران است. در همین راستا آنها بیش‌تر از زیورآلات و صنایع دستی استفاده می‌کنند. صنایع دستی این کشور جایگاه ویژه‌ای در جهان دارد و سهم مهمی از درآمد ملی لبنان را به خود اختصاص داده است.

زیورآلات، آثار حجاری و چوب‌تراشی و آثاری که در واقع آمیزه‌ای از سنگ و چوب است یا دیگر ترکیبات با چوب، از جمله مهم‌ترین صنایع دستی این کشور هستند. شهر بیلوس که قدمت زیادی دارد از دیرباز محلی برای عرضه هنر سنگ‌تراشان ماهر بوده است. به طوری که در تاریخ آمده، همه‌ی فرمان‌های تورات توسط هنرمندان این شهر بر سنگ حک شده و تورات نام خویش را از این شهر گرفته است.

۲-۲-۲. ارزش‌های غالب و رسوم خاص

لبنان یکی از سرزمین‌های دارای آیین‌های کهن است که مردم آن دارای آداب و رسوم بسیاری هستند که برخی از آنها از گذشته‌های دور تاکنون پابرجا مانده است.

غذای سنتی مردم لبنان کبیه نام دارد که از گندم خشک شده با گوشت بره به همراه ادویه‌ی فراوان تهیه می‌شود.

از جاهای دیدنی و گردشگری که هم لبنانی‌ها و هم خارجی‌ها علاقه‌ی بسیاری به دیدن آن دارند، می‌توان معماری سنتی شهر بعلبک، دژ یا قلعه‌ی یونانی‌ها و کازینوهای شبانه‌ی بیروت را نام برد.

امروزه فرهنگ و هنر لبنان در آثار موسیقی آن نمایان است و بر دیگر ملل عرب نیز تاثیر چشم‌گیری گذاشته است. بیشتر خوانندگان مطرح جهان عرب از لبنان هستند.

در ماه رمضان دوستانی که هم‌دیگر را می‌بینند از جمله‌های تعارف مانند تقبل الله اعمالکم یا دعی لنا (التماس دعا) استفاده می‌کنند. کوی و برزن‌های مسلمانان با چراغ‌ها و هلال‌های درخشان زرد رنگ آذین‌بندی می‌شود. در بیشتر کوچه‌ها و بازارها آیه‌های قرآن و عباراتی درباره‌ی این ماه نوشته می‌شود.

در این ماه برخی خوردنی‌ها از جمله موارد زیر بیش‌تر مصرف می‌شوند.



❖ جلاب

جلاب نوشیدنی بسیار شیرین و گواریی است که سرخ رنگ بوده و از عصاره‌ی تمره‌ندی، گل رز و شیربه دست می‌آید. لبنانی‌ها این نوشیدنی را پس از افطار می‌نوشند. جلاب در طول سال به جز ماه رمضان به سختی در بازار پیدا می‌شود.

❖ فتوش

فتوش نام سالادی محلی است. فتوش در برنامه‌ی غذایی کشورهای منطقه‌ی شام (سوریه، لبنان، اردن و فلسطین) مشترک است. مواد تشکیل‌دهنده‌ی آن خیار، گوجه، کاهو، بقله (نوعی سبزی)، تربچه، مرزه، پیازچه، فلفل، نمک، سماق، روغن زیتون، آبلیمو، و نان سرخ کرده تکه شده است.

❖ شیرینی‌های ماه رمضان

بیشتر شیرینی‌های ماه مبارک رمضان که تنوع بسیاری هم دارند از سرشیر، شیره و خمیر تشکیل شده‌اند. مشهورترین این شیرینی‌ها قَطَائِف، مَدْلُوقَه، شَعِیرِیَه، حَلَاوَه بِالْقَشَطَه، کَلَاژ و زَنُودِ السِّت هستند.



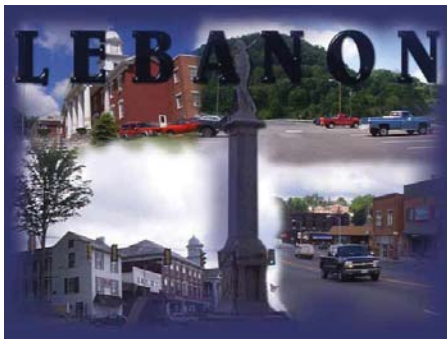
فصل سوم محیط اقتصادی

در این فصل سیستم اقتصادی، شاخص‌های مهم اقتصادی، جمعیت، تولید ناخالص داخلی، وضعیت بخش‌های مختلف اقتصادی، میزان ذخایر ارزی، تراز حساب جاری، دستمزد نیروی کار، نرخ بیکاری، نرخ تورم، شبکه‌های توزیع، بازاریابی و تبلیغات و منابع طبیعی کشور لبنان بررسی می‌شود.

۱. سیستم اقتصادی و نقش دولت

کشور لبنان با جمعیتی نزدیک به ۴/۲ میلیون نفر، از لحاظ اقتصادی در رده هشتم و نهمین اقتصاد بزرگ جهان بر اساس GDP^۱ قرار دارد.

در سال ۲۰۰۹ میلادی تولید ناخالص داخلی این کشور بر اساس برابری قدرت خرید ۳۳/۰۴ میلیارد دلار بوده است.



درآمد سرانه لبنان بر اساس برابری قدرت خرید، از ۱۱,۹۰۰ دلار در سال ۲۰۰۷ میلادی به ۱۳,۱۰۰ دلار در سال ۲۰۰۹ میلادی افزایش یافته است. در سال ۲۰۰۹ میلادی، میزان بدهی‌های خارجی لبنان در حدود ۲۱/۱ میلیارد دلار بوده است.

وضعیت بخش‌های صنعت و معدن، کشاورزی و خدمات لبنان در ادامه بیان

۱. GDP بر اساس برابری قدرت خرید (PPP) مبنای مقایسه قرار گرفته است.

شده است.

۱-۱. بخش صنعت و معدن

بخش صنعت و معدن لبنان، ۱۶٫۷ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل داده و دومین بخش اقتصادی این کشور در سال ۲۰۰۹ میلادی است.

محصولات عمده صنعتی کشور لبنان شامل موارد زیر است:

❖ فرآوری غذا و مواد خوراکی.

❖ آب و نوشیدنی‌ها.

❖ جواهرات و فلزات گرانبها.

❖ سیمان.

❖ پارچه‌بافی و نساجی.

❖ فرآورده‌های معدنی

❖ محصولات شیمیایی.

❖ مبلمان و اثاثیه خانه.

❖ پالایش نفت.

❖ ساخت مصنوعات فلزی.

معادن عمده لبنان شامل موارد زیر است:

❖ سنگ آهک.

❖ سنگ آهن.

❖ سنگ نمک.

❖ سنگ مرمر.

در عین حال صنایع معدنی این کشور چندان پیشرفته نیست.

لبنان نیروگاه اتمی ندارد، ولی نیروگاه‌های برقی این کشور ظرفیت تولید ۹/۲ میلیارد کیلووات ساعت انرژی برق دارند که اندکی کمتر از نیاز داخلی این کشور به برق است.



کمبود انرژی برق لبنان از سوریه تامین می‌شود.



۲-۱. بخش کشاورزی

بخش کشاورزی لبنان سهم کمی در اقتصاد این کشور دارد. در سال ۲۰۰۹ میلادی، سهم بخش کشاورزی لبنان از تولید خالص داخلی ۵٫۴ درصد بوده است.

نزدیک به هفده درصد زمین‌های لبنان برای کشاورزی و کشت میوه و سبزیجات مناسب است و چهارده درصد زمین‌ها را کشت‌زارهای دائمی و باغ‌ها تشکیل می‌دهند. عمده‌ترین محصولات کشاورزی لبنان عبارتند از:

❖ مرکبات (پرتقال، نارنج و نارنگی).

❖ انگور.

❖ گوجه.

❖ سبزی.

❖ صیفی‌جات.

❖ سیب.

❖ سیبزمینی.

❖ فندق.

❖ زیتون.

❖ تنباکو.

❖ دام (گوسفند و بز) و فرآورده‌های آن مانند پوست و چرم.

بخش دامپروری و شیلات لبنان اگر چه هنوز پیشرفت چندانی نکرده است، ولی تقریباً نیاز این کشور را تامین می‌کند.

۳-۱. بخش خدمات

بخش خدمات با ۷۷٫۹ درصد، بزرگ‌ترین بخش اقتصاد لبنان را تشکیل می‌دهد.

مهم‌ترین دلیل پیشرفت اقتصاد لبنان، رونق بخش خدمات است که طبیعتاً افزایش درآمد و بالا رفتن سطح زندگی را در پی دارد. اگر لبنان را با کشورهای عربی همسایه و یا کشورهای جهان سوم مقایسه کنیم خواهیم دید که با وجود رخ دادن پانزده سال جنگ داخلی، از پیشرفت و امکانات بیشتری برخوردار است.

به دلیل خصوصی بودن سیستم بهداشت و درمان در لبنان، هزینه‌ی درمان حتی درمان‌های اولیه برای مردم بسیار گران است. برای نمونه، هزینه سرانه بهداشت برای هر لبنانی تقریباً دو برابر هزینه‌ای است که مردم سریلانکا پرداخت می‌کنند. گفتنی است که سریلانکا از کشورهایی است که هزینه‌ی خدمات پزشکی آن چندین برابر میانگین جهانی است. میزان مرگ و میر مادران و نوزادان در لبنان بسیار بالاست. دیابت، فشار خون و سرطان، هنوز به گونه عجیبی در این کشور کنترل نشده است.

صنعت گردشگری سالانه درآمد بسیاری را نصیب این کشور می‌کند. سالانه گردشگران و جهانگردان بسیاری از کشورهای مختلف جهان، به لبنان سفر می‌کنند. در سال ۱۹۹۹ میلادی، عزمی ملی در چارچوب پروژه‌ی بازسازی صنعت گردشگری و دست یافتن به جایگاه گذشته این کشور در منطقه آغاز شد. این پروژه شامل بازسازی سریع تاسیسات خدماتی، هتل‌ها و مراکز فرهنگی لبنان بود. با تلاش فراوان افرادی مانند نخست‌وزیر فقید لبنان، رفیق حریری، در طول سه سال بیشتر آثار جنگ داخلی از چهره‌ی شهرها و به ویژه بیروت که مدت دوازده سال درگیر جنگ داخلی بود زودده شد.

تلاش شد تا چهره‌ای هرچه زیباتر و شکوفاتر از شهرها نمایان شود. در این راستا لبنان در سال ۲۰۰۳ میلادی، برای بازسازی شهر بیروت جایزه‌ی ویژه سازمان ملل را از آن خود کرد. دولت در پروژه ملی خویش تمام شهر را با حفظ معماری و سنت گذشته بازسازی کرد و در این راه از وام‌های بلندمدت کشورهای عربی و اتحادیه اروپا استفاده کرد.

صنعت بانک‌داری و گردشگری لبنان مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی لبنان به شمار می‌روند و شرکت‌های فراوانی در این زمینه فعالند. ورود سالانه ۱/۷ میلیون گردشگر به لبنان صنعت گردشگری را به یکی از منابع درآمدی این کشور تبدیل کرده است. این صنعت



سالانه حدود ۲/۵ میلیارد دلار برای لبنان درآمد دارد. آمار نشان می‌دهد که بیش از هشتصد هزار نفر در این صنعت شاغل هستند.

۲. جمعیت



لبنان دارای گروه‌های قومی نسبتاً هم‌گونی است. بر اساس برآورد سال ۲۰۱۰ میلادی، جمعیت این کشور ۴/۱۲۵ میلیون نفر است که رتبه ۱۲۷ را در جهان دارد. میانگین سنی در این کشور برابر با ۲۹/۴ سال است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که مردم لبنان از دو تیره‌ی عمده‌ی جمعیتی شامل عرب و ارمنی تشکیل شده است. در جدول شماره‌ی ۲ به سهم تیره‌های جمعیتی مردم این کشور اشاره شده است.

جدول ۲: تیره‌های جمعیتی مردم لبنان

ردیف	نام تیره	درصد
۱	عرب	۹۵
۲	ارمنی	۴
۳	دیگر تیره‌ها	۱

www.cia.gov

ویژگی‌ها و نسبت‌های جمعیتی مردم این کشور نیز در جدول شماره‌ی ۳ بیان شده است.

جدول ۳: ویژگی‌ها و نسبت‌های جمعیتی لبنان

ردیف	نسبت یا ویژگی	میزان
۱	نسبت جمعیت زیر ۱۴ سال	۲۳/۵ درصد
۲	نسبت جمعیت ۱۵ تا ۶۴ سال	۶۷/۷ درصد
۳	نسبت جمعیت ۶۵ سال و بالاتر	۸/۸ درصد
۴	نرخ رشد جمعیت	۰/۶۲۱ درصد
۵	نرخ زاد و ولد در هر هزار نفر	۱۵/۱
۶	نرخ مرگ و میر در هر هزار نفر	۶/۴۶
۷	نرخ شهرنشینی (نسبت به جمعیت)	۸۷ درصد
۸	نرخ مرگ و میر نوزادها (تا یک‌ساله) در هر هزار نفر	۱۶/۴
۹	نسبت جمعیت مردان به زنان	۰/۹۶
۱۰	نرخ باروری زنان (تعداد مولید به ازای هر زن)	۱/۷۸
۱۲	امید به زندگی در آغاز تولد (مردان)	۷۳/۲۸ سال
۱۳	امید به زندگی در آغاز تولد (زنان)	۷۶/۳۶ سال
۱۴	نرخ باسوادی در کل جمعیت بالای ۱۵ سال	۸۷/۴ درصد
۱۵	نرخ باسوادی در مردان بالای ۱۵ سال	۹۳/۱ درصد
۱۶	نرخ باسوادی در زنان بالای ۱۵ سال	۸۲/۲ درصد

www.cia.gov

۳. تولید ناخالص داخلی (GDP)

در سال ۲۰۰۹ میلادی میزان تولید ناخالص داخلی لبنان بر اساس نرخ رسمی مبادله ۳۳/۰۴ میلیارد دلار و رشد تولید ناخالص داخلی برابر با هفت درصد بوده است.

تولید ناخالص داخلی (GDP) به تفکیک سهم بخش‌های عمده‌ی اقتصادی و درآمد سرانه، در جدول شماره‌ی ۴ آمده است.



جدول ۴: تولید ناخالص داخلی (GDP) کشور لبنان به تفکیک سهم بخش‌های عمده اقتصادی در سال ۲۰۰۹ میلادی

شاخص	میزان
تولید ناخالص داخلی (GDP)	۵۳/۶۸ میلیارد دلار (بر اساس برابری قدرت خرید PPP)
تولید ناخالص داخلی (GDP)	۳۳/۰۴ میلیارد دلار (بر اساس نرخ رسمی مبادله)
درآمد سرانه	۱۳,۱۰۰ دلار (بر اساس PPP)
نرخ رشد تولید ناخالص داخلی	۷ درصد
سهم بخش صنعت از GDP	۱۶/۷ درصد
سهم بخش کشاورزی از GDP	۵/۴ درصد
سهم بخش خدمات از GDP	۷۷/۹ درصد

www.cia.gov

۴. شاخص‌های مهم اقتصادی

سیستم اقتصادی لبنان تابع بازار آزاد است. در سال ۲۰۰۹ میلادی میزان درآمدهای این کشور برابر با ۸/۴۲۷ میلیارد دلار و هزینه‌ها نیز برابر با ۱۱/۳۹ میلیارد دلار بوده است.

در ادامه به مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی لبنان بر اساس آخرین آمار و اطلاعات اشاره شده است.

۴-۱. نرخ تورم

نرخ تورم این کشور در سال‌های گذشته با نوسانات نسبتاً متعادلی همراه بوده است. با این حال، نرخ تورم این کشور از سال ۲۰۰۵ میلادی تا کنون روند افزایشی داشته است. در سال ۲۰۰۹ میلادی، که بیشتر کشورهای جهان دچار بحران مالی بودند، لبنان نرخ تورم ده درصد را تجربه کرده است. در جدول شماره ۵ نرخ تورم کشور لبنان در سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۰۹ میلادی آمده است.

جدول ۵: نرخ تورم لبنان طی دوره زمانی ۲۰۰۳-۲۰۰۹ میلادی

سال	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹
نرخ تورم (درصد)	۳/۵	۲/۵	۲	۲/۴	۴/۸	۴/۲	۱۰

www.indexmundi.com

۲-۴. نرخ بیکاری

بر اساس آمار رسمی، نرخ بیکاری لبنان در سال ۲۰۰۹ میلادی ۹/۲ درصد بوده است، که در ردهی ۱۰۱ جهان قرار می‌گیرد. نرخ بیکاری در این کشور، در سال ۲۰۰۹ میلادی برابر با بیست درصد بوده است. به طور کلی، این ارقام نشان می‌دهند که نرخ بیکاری در لبنان طی سال‌های گذشته کاهش یافته است. در جدول شماره ۶، نرخ بیکاری طی سال‌های ۲۰۰۳-۲۰۰۹ میلادی آمده است.

جدول ۶: نرخ بیکاری لبنان طی دوره زمانی ۲۰۰۳-۲۰۰۹ میلادی

سال	۲۰۰۳	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹
نرخ بیکاری (درصد)	۱۸	۱۸	۱۸	۱۸	۲۰	۲۰	۹/۲

www.indexmundi.com

۳-۴. دستمزد نیروی کار

در سال ۲۰۰۹ میلادی تعداد نیروی کار لبنان برابر با ۱/۴۸۱ میلیون نفر بوده است. بر اساس برخی از آمارهای محلی و برآوردهای غیررسمی، نزدیک به یک میلیون نفر از این تعداد را کارگران خارجی و کارکنان شرکت‌های خارجی تشکیل می‌دهند.

بر اساس آمارهای بین‌المللی، میانگین درآمد ساعتی افراد متخصص در لبنان در سال ۲۰۰۹ میلادی، برای پرستاران دارای پروانه کار ثبت شده ۲۵/۹۹ دلار، معاون اداری ۱۳/۵۳ دلار، پرستار دارای لیسانس ۱۸ دلار، مدیر اداره ۱۵/۹۳ دلار، حسابدار ۱۴/۲۵ دلار، نمایندگی خدمات مشتری ۱۲ دلار و برای تکنسین خدمات مکانیک دستگاه‌های



خودکار ۱۴/۷۴ دلار است.

گزارش برنامه‌ی عمران ملل متحد نشان می‌دهد که بیش از سی درصد مردم لبنان زیر خط فقر زندگی می‌کنند و بی‌ثباتی‌های سیاسی در این کشور بر شدت فقر و تنگدستی مردم افزوده است.

۴-۴. تراز حساب جاری

بر اساس اطلاعات ارائه شده در سال ۲۰۰۹ میلادی، میزان تراز حساب جاری لبنان برابر با ۳-۱۶۸۲ میلیارد دلار بوده است.

۴-۵. میزان ذخایر ارزی و طلا

میزان ذخایر ارزی و طلای لبنان، در پایان سال ۲۰۰۹ میلادی، برابر با ۳۹/۱۶ میلیارد دلار بوده است.

۵. شبکه‌های توزیع



بر اساس آمار سال ۲۰۰۹ میلادی، وجود هفت فرودگاه، برخورداری از حدود ۶۹۷۰ کیلومتر جاده، ۴۰۱ کیلومتر خطوط ریلی، ۳۳ کشتی تجاری، دو پایانه بندری و ۲۲۵ کیلومتر خط ساحلی باعث شده که سیستم حمل و نقل کالا در این کشور از وضعیت مناسبی برخوردار باشد.

بنابراین می‌توان از سرعت و مدت زمان حمل کالا در تجارت با کشورهای دیگر و همچنین از بنادر و شهرهای لبنان به شهرهای دیگر آن، اطمینان نسبی حاصل کرد.

در این کشور شهرهای بیروت و طرابلس^۱ به عنوان پایانه‌ها و گمرک‌های بازرگانی شناخته می‌شوند.

1. Tripoli

موقعیت جغرافیایی و همسایگی لبنان با دریای مدیترانه، این کشور را از جایگاه ویژه‌ای در سیستم حمل و نقل و ترانزیت دریایی بین آسیا و اروپا برخوردار ساخته است.

۵-۱. بازاریابی و تبلیغات

لبنان به عنوان یک بازار تجاری رو به رشد، از بازاریابی و تبلیغات به عنوان یکی از ابزارهای توسعه اقتصادی بهره می‌برد. برخی روش‌های تبلیغاتی مناسب در این کشور عبارتند از:

- ❖ حضور در نمایشگاه‌ها و بازارهای تجاری این کشور.
- ❖ تهیه آگهی‌های بازرگانی برای پخش در شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای لبنان.
- ❖ ایجاد ارتباط با توزیع‌کنندگان کلیدی کالا در لبنان.
- ❖ طراحی و ارایه کارت ویزیت به زبان‌های عربی، فرانسوی و انگلیسی.
- ❖ تدوین مکاتبات، کاتالوگ‌ها و در کل تبلیغات به زبان‌های عربی، انگلیسی و فرانسوی.
- ❖ دادن هدیه‌های تجاری، تخفیف‌ها و شرکت دادن خریداران در جشن‌ها، مراسم و یا قرعه‌کشی‌های برگزار شده از سوی شرکت.
- ❖ چاپ آگهی کالا و خدمات در مجلات بازرگانی لبنان.

تولیدکنندگان و صادرکنندگان کالاها و خدمات ایرانی از بسیاری از نیازهای موجود در بازار کشور لبنان، آگاهی کامل ندارند و همین امر موجب شده تا ایران با وجود توانمندی‌های فراوان در زمینه‌های گوناگون، نتواند حجم و تنوع صادرات غیرنفتی خود را به این کشور افزایش دهد.



۵-۲. راهکارهای بازاریابی و فروش

در لبنان همانند دیگر کشورهای جهان راهکارهای ویژه‌ای برای بازاریابی و فروش محصولات وجود دارد. از نظر جغرافیایی اقتصادی، لبنان یک بازار کوچک است و از تنوع مصرفی اندکی برخوردار است.

بنابراین عرضه‌کنندگان کالا و خدمات به این کشور می‌توانند با تمرکز دقیق بر نیازهای خریداران، سهم بالایی از این بازار را از آن خود کنند. برای بازاریابی و فروش محصولات در این کشور توجه به نکات زیر، بسیار سودمند خواهد بود:

- ❖ ایجاد ارتباط با رایزن بازرگانی ایران در لبنان جهت دریافت اطلاعات بازار بسیار سودمند است.
- ❖ داشتن دید بلندمدت و برقراری روابط مستحکم با طرف‌های لبنانی در زمینه‌های فروش، توزیع، پخش، بازاریابی و تبلیغات بسیار سودمند خواهد بود.
- ❖ پیشنهاد می‌شود با توجه به دقت خریداران در زمینه‌ی کیفیت و استاندارد کالاها، برای دریافت گواهی‌های جهانی مرتبط با استاندارد محصول، اقدام شود. این کار می‌تواند به افزایش قدرت نام تجاری کمک کند. مشخصات استاندارد یادشده باید در کاتالوگ‌ها، بروشورها و ابزارهای تبلیغاتی درج شوند.
- ❖ معرفی محصولات و خدمات در نمایشگاه‌های تخصصی و عمومی، یکی از بهترین راهکارهای جذب مشتریان بالقوه در لبنان است.
- ❖ بهره‌برداری از دانش و تجربه‌ی تجار محلی در شهرهای لبنان بسیار مفید است.
- ❖ مطالعه‌ی گزارش‌های بازاریابی و بازاریابی، پیش از ورود به بازار این کشور راه‌گشا است.

۹. منابع طبیعی

لبنان از دید ذخایر طبیعی و معادن چندان غنی به شمار نمی‌رود. تنها معادن مهم این کشور سنگ آهن، سنگ نمک و سنگ آهک است. لبنان از نفت و گاز که دو منبع مهم اقتصادی در بسیاری از کشورهای خاورمیانه به شمار می‌روند، تقریباً محروم است و تاکنون ذخایر مهم نفت و گاز در آن کشف نشده است.



لبنان سرزمینی بلند و کوهستانی است که کرانه‌ی خاوری دریای مدیترانه را دربر گرفته است. رودخانه‌های مهم لبنان عاصی، لیطانی و کلب هستند.

رشته کوه‌های لبنان شامل

رشته‌کوه‌های لبنان شرقی و رشته‌کوه‌های لبنان غربی است که میان آن دو، دره‌ی سهل‌البقاع قرار گرفته است. آب و هوای کلی لبنان مدیترانه‌ای و متعادل تا کمی خنک است. در این کشور بیشتر باران‌ها در زمستان می‌بارد و تابستان‌ها نیز گرم و خشک است. کوه‌ها در فصل زمستان پوشیده از برف هستند. بلندترین نقطه در لبنان کوه قرنه‌السودا است با ۳,۰۸۸ متر بلندی و پست‌ترین نقطه‌ی آن در ساحل دریا با بلندی صفر است.

فصل چهارم

زیرساخت‌ها

این فصل از گزارش به بررسی سیستم حمل‌ونقل، بنادر و راه‌ها، نظام بانکی، نظام بیمه‌ای و زیرساخت‌های ارتباطاتی لبنان می‌پردازد.

حمل و نقل

این کشور از لحاظ زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی از امکانات مناسبی برخوردار است. مشخصات سیستم حمل‌ونقل لبنان، در ادامه گفته شده است.



۱-۱. جاده‌ای

لبنان دارای ۶,۹۷۰ کیلومتر جاده است، که ۱۷۰ کیلومتر آن را آزادراه‌ها تشکیل می‌دهند.



۲-۱. ریلی

شبکه‌ی راه‌آهن کشور لبنان، بیش از ۴۱۹ کیلومتر است که نزدیک به ۳۲۰ کیلومتر آن دارای ریل استاندارد و بقیه‌ی آن با عرض محدود است.



۳-۱. دریایی

لبنان ۲۲۵ کیلومتر خط ساحلی دارد. همه‌ی مرزهای آبی این کشور در مجاورت با دریای مدیترانه است.

لبنان از طریق بندر مهم موجود در این خط ساحلی، با کشورهای ساحلی این دریا، آبهای آزاد و دیگر کشورهای اروپایی ارتباط برقرار می‌کند.



۳-۱-۱. بندار

لبنان دارای دو بندر مهم است که بیروت، پایتخت این کشور یکی از آنهاست. طرابلس دیگر بندر مهم این کشور است.



۴-۱. هوایی

لبنان هفت فرودگاه دارد که از این تعداد، پنج فرودگاه آسفالته و دو فرودگاه خاکی است. در این میان، فرودگاه بین‌المللی بیروت دارای بیش‌ترین امکانات است و در آن هواپیماهای بزرگ پروازهای خارجی نیز امکان فرود دارند.



۲. نظام بانکی

بانک مرکزی لبنان، نهاد اصلی تنظیم‌کننده‌ی روابط و مقررات بانکی در این کشور است. نکته‌ی جالب برای افرادی که در خیابان‌های بیروت قدم

1. Central Bank of Lebanon

می‌زنند، تعداد بسیار فراوان بانک‌های این شهر است که برخی آنها نیز هویتی ترکیبی لبنانی- خارجی دارند.

این پرسش بسیاری از گردشگران خارجی در لبنان است که کشوری با جمعیت کمتر از پنج میلیون نفر، چگونه این همه بانک را در دل خود جای داده است و آیا نیازی به این تعداد بانک هست.



هشت بانک از بانک‌های لبنان در لیست هزار بانک برتر جهان قرار دارند.

اوضاع سیاسی نامناسب لبنان در سال‌های گذشته، که بر بیشتر بخش‌های اقتصادی این کشور اثر گذاشته بود، صنعت بانکداری را نیز بی‌نصیب نگذاشت و آن را کمی دچار رکود کرد، به‌گونه‌ای که اگر حمایت برخی دولت‌های عربی نبود، این کشور پس از ترور رفیق حریری، نخست‌وزیر سابق، در بهمن ماه سال ۱۳۸۵ شمسی دچار فاجعه اقتصادی می‌شد.

لبنان با دارا بودن قانون «حفظ اسرار بانکی مشتریان خود» توانسته است سرمایه‌های لبنانی‌های مقیم خارج را به خود جذب کند. این بستر به عنوان مکانی امن برای سپرده‌های عربی و کشورهای حاشیه خلیج فارس تبدیل شده است.

بانک‌های لبنان توانسته‌اند، سپرده‌های لبنانی‌های بیرون از کشور را نیز جذب کنند که این مبلغ در سال ۲۰۰۸ میلادی به حدود شش میلیارد دلار و سال ۲۰۰۹ میلادی به حدود دوازده میلیارد دلار رسید.

تعداد بانک‌های عامل در لبنان به ۶۷ بانک می‌رسد که میزان سپرده نزد آنها یکصد میلیارد دلار است.

تعداد بانک‌های تجاری در لبنان به ۵۴ بانک می‌رسد که ۳۱ بانک با سرمایه‌گذاری مشترک لبنان و کشورهای دیگر تشکیل شده‌اند. بانک‌های تجاری لبنان نیز که هویتی کاملاً لبنانی دارند، دوازده بانک هستند.

بانک‌های لبنانی امروزه در پانزده کشور با ۹۷ شعبه فعالیت اقتصادی و مالی دارند. هم‌اکنون در کشورهای سوریه، ترکیه، قبرس، رومانی، الجزایر، سودان، یونان، امارات،

انگلیس و شهر نیویورک آمریکا، بانک‌های لبنانی از اعتبار خوبی برخوردارند.

از سال ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۶ میلادی، بخش بانک‌داری لبنان با شانزده درصد رشد یکی از عوامل کلیدی شاخص‌های مثبت اقتصادی این کشور بوده است. در همین مدت، سرمایه کل بانک‌های تجاری لبنان از یازده به ۷۲ میلیارد دلار رسید و حجم وام‌های اعطایی به بخش‌های مختلف از شش به ۳۷ میلیارد دلار رسید. گفتنی است که پس‌اندازها نیز جهش خوبی داشتند و از ۹/۳ به ۵۸/۴ میلیارد دلار افزایش یافت.

در همین مدت حقوق صاحبان سهام بانک‌ها از ۲۶۰ میلیون دلار به ۶/۵ میلیارد دلار رسید. سرمایه‌ی بانک‌ها در سال ۲۰۰۶ میلادی بیش از سه برابر درآمد ملی شد و مجموع پس‌اندازها بیش از ۲/۵ برابر درآمد ملی شد. در همین مدت تعداد شعب بانک‌ها در لبنان از ۹۳ به ۸۱۳ شعبه رسید.

۳. نظام بیمه‌ای

سیستم تامین اجتماعی لبنان از سال ۱۹۴۳ میلادی برقرار شده است. مزایایی که در این چارچوب به بیمه‌شدگان ارایه می‌شود، عبارتند از:

- ❖ بیمه بازنشستگی.
- ❖ بیمه از کارافتادگی و بازماندگان.
- ❖ بیمه بیماری و بارداری.
- ❖ بیمه حوادث ناشی از کار.
- ❖ بیمه کمک هزینه عائله‌مندی.

صندوق ملی تامین اجتماعی، نظارت بر این بیمه‌ها را در کشور لبنان بر عهده دارد.

بازار بیمه در لبنان بسیار آزاد است، به گونه‌ای که شرکت‌های داخلی و خارجی فراوانی در آن فعالیت می‌کنند. رقابت میان شرکت‌های بیمه‌ی دولتی و خصوصی در این کشور منجر به بهبود کیفیت خدمات بیمه‌ای و کاهش نرخ‌ها شده است. تنوع پوشش‌های بیمه‌ای به موازات افزایش شمار شرکت‌ها بیشتر شده است. امروزه بسیاری انواع بیمه‌های خاص و جدید توسط شرکت‌های بیمه در این کشور ارایه می‌شود. بیمه‌های درمان و زندگی دو شاخه‌ی اصلی و پرفروش بیمه در لبنان هستند.

۴. زیرساخت‌های ارتباطاتی

بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات لبنان به سرعت در حال گسترش است. در سال ۲۰۰۹ میلادی بیش از ۷۱۴ هزار خط تلفن ثابت در این کشور وجود داشته است. میزان نفوذ تلفن همراه با ۱/۴۳ میلیون خط در سال ۲۰۱۰ میلادی به بیش از ۳۴ درصد رسیده است. تعداد کاربران اینترنت در لبنان در سال ۲۰۱۰ میلادی به بیش از ۴۵ هزار نفر رسیده است.

در بخش زیرساخت‌های تلویزیونی و شبکه‌های ماهواره‌ای نیز، این کشور اقدامات گسترده‌ای را انجام داده و دارای برنامه‌های زنده‌ی متنوعی است. کد اینترنتی مربوط به آدرس‌های الکترونیک و یا وبسایت‌ها *Ib* است، همان‌گونه که در ایران *Ir* است.

جدول شماره‌ی ۷، زیرساخت‌ها و شاخص‌های ارتباطاتی کشور لبنان در سال ۲۰۱۰ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۷: زیرساخت‌ها و شاخص‌های ارتباطاتی لبنان در سال ۲۰۱۰ میلادی

میزان	شاخص
۷۱۴,۰۰۰ خط	تعداد خطوط تلفن ثابت
۱/۴۳ میلیون خط	تعداد خطوط تلفن همراه
۲/۱۹ میلیون کاربر	کاربران اینترنتی
۴۵,۳۵۲ میزبان	تعداد میزبان‌های اینترنتی
۱۲ ایستگاه	تعداد ایستگاه‌های تلویزیونی
۵۴ ایستگاه	تعداد ایستگاه‌های رادیویی

www.cia.gov





بخش دوم تجارت خارجی







فصل پنجم

اطلاعات کلی

در این فصل، وضعیت تجارت خارجی مشتمل بر وضعیت صادرات و واردات، انواع و میزان گروه‌های کالایی وارد و صادر شده به/ از لبنان و کشورهای عمده واردکننده و صادرکننده کالا/ از/ به لبنان بررسی می‌شود. در پایان، سرمایه‌گذاری‌های خارجی انجام شده در این کشور تشریح می‌شود.

۱. تراز تجاری

لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی، ۳/۴۷۸ میلیارد دلار صادرات و ۱۶/۱۳۶ میلیارد دلار واردات داشته است. این ارقام نشان می‌دهد که تراز تجاری این کشور در سال ۲۰۰۸ میلادی، به میزان ۱۲/۶۵۸ میلیارد دلار منفی بوده است.

جدول شماره‌ی ۸ ارزش صادرات، واردات و تراز تجاری لبنان طی سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۸: ارزش صادرات، واردات و تراز تجاری لبنان طی سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ میلادی (میلیارد دلار)

ردیف	شرح	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸
۱	ارزش صادرات	۱/۷۴۵	۱/۸۷۹	۲/۲۸۳	۲/۸۱۶	۳/۴۷۸
۲	ارزش واردات	۹/۳۸۵	۹/۳۲۷	۹/۳۹۵	۱۱/۸۱۵	۱۶/۱۳۶
۳	تراز تجاری	-۷/۶۴	-۷/۴۴۸	-۷/۱۱۲	-۸/۹۹۹	-۱۲/۶۵۸
۴	ارزش مبادلات تجاری	۱۱/۱۳۰	۱۱/۲۰۶	۱۱/۶۷۸	۱۴/۶۳۱	۱۹/۶۱۴
۵	نسبت صادرات به واردات (درصد)	۱۸/۶	۲۰/۱	۲۴/۳	۲۳/۸	۲۱/۶

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، تراز تجاری لبنان طی دوره پنج‌ساله‌ی ۲۰۰۴-۲۰۰۸ میلادی همواره منفی بوده است.

۲. صادرات

لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی ۳,۴۷۸ میلیارد دلار صادرات داشته است. اقلام عمده صادراتی این کشور شامل مروارید طبیعی یا پرورده، سنگهای گرانبها یا نیمه‌گرانبها، ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها، دیگ‌های بخار و آبگرم، چدن، آهن و فولاد، کودهای شیمیایی و مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن می‌شود. صادرات این کشور در سال ۲۰۰۸ میلادی با ۲۳ درصد رشد نسبت به سال پیش از آن، همراه بوده است.

فهرست اقلام مهم صادراتی این کشور به جهان و روند رشد آن، طی دوره ۲۰۰۴-۲۰۰۸ میلادی در جدول شماره‌ی ۹ آمده است.

جدول ۹: اقلام مهم صادراتی و ارزش صادراتی هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۴-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعارفه	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند صادرات
	کل محصولات	-	۱,۷۴۵	۱,۸۷۹	۲,۲۸۳	۲,۸۱۶	۳,۴۷۸	افزایشی
۱	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه‌گرانبها	۷۱	۲۸۶	۲۲۳	۵۵۵	۴۸۸	۵۷۴	نامنظم
۲	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۱۷۷	۱۹۴	۲۰۴	۲۳۵	۲۸۹	افزایشی
۳	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۹۷	۱۲۰	۱۳۰	۲۲۴	۲۴۷	افزایشی
۴	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۱۰۳	۱۰۹	۱۰۸	۱۸۳	۲۱۵	نامنظم
۵	کودهای شیمیایی	۳۱	۵۱	۴۶	۴۹	۸۳	۲۱۵	افزایشی



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند صادرات
۶	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن	۳۹	۵۵	۷۳	۷۶	۱۰۸	۱۳۹	افزایشی
۷	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۷۰	۸۰	۹۲	۱۱۶	۱۳۶	افزایشی
۸	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۱۰۳	۱۱۹	۷۸	۸۳	۱۲۳	نامنظم
۹	میل؛ میل های طبی - جراحی؛ اسباب تختخواب و همانند	۹۴	۵۲	۵۳	۶۶	۸۶	۱۱۰	افزایشی
۱۰	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گران بها	۲۸	۳۹	۵۰	۳۸	۴۳	۱۰۲	نامنظم
۱۱	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۳۶	۴۳	۵۳	۷۶	۱۰۲	افزایشی
۱۲	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۲۸	۴۴	۶۲	۱۰۳	۸۸	نامنظم
۱۳	فرآورده ها از سبزیجات، میوه ها یا از سایر اجزای نباتات	۲۰	۳۸	۴۵	۵۵	۶۸	۸۷	افزایشی
۱۴	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۴۶	۵۸	۷۰	۸۳	۸۳	افزایشی
۱۵	کتاب، روزنامه و تصویر	۴۹	۳۰	۳۶	۴۲	۵۸	۶۸	افزایشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	رشد صادرات
۱۶	لباس و متفرعات لباس، غیرکشابف یا غیرقلاباف	۶۲	۳۵	۳۹	۴۳	۵۰	۵۳	افزایشی
۱۷	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۴۱	۳۹	۴۵	۵۳	۵۳	نامنظم
۱۸	روغن‌های اسانسی و شبه رزین‌ها (رزینویدها)	۳۳	۲۲	۲۳	۲۸	۴۸	۵۲	افزایشی
۱۹	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۸۷	۲۰	۲۱	۲۵	۲۹	۴۹	افزایشی
۲۰	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲	۳۰	۳۸	۳۷	۴۴	۴۹	نامنظم

www.trademap.org

با نگاهی به ارقام جدول بالا درمی‌یابیم که میزان صادرات لبنان به‌ویژه در ده گروه کالایی عمده صادراتی، در سال‌های گذشته روند افزایشی داشته است. به‌گونه‌ای که میزان صادرات این کشور در سال ۲۰۰۸ نسبت به سال ۲۰۰۴ میلادی، نزدیک به صد درصد رشد داشته است.

کشورهای منطقه خاورمیانه، عمده‌ترین واردکننده‌های کالا از لبنان هستند. امارات، سوئیس، عراق، سوریه، عربستان، ترکیه و مصر هفت کشور عمده‌ی واردکننده‌ی کالا از لبنان هستند که در مجموع ۴۹٫۲ درصد از کالاهای صادراتی لبنان را وارد می‌کنند. ایران با واردات ۱۰۱ میلیون دلار کالا از لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی، در رتبه‌ی نهم قرار دارد.

جدول شماره‌ی ۱۰ مهم‌ترین کشورهای واردکننده کالا از لبنان و سهم آنها از صادرات این کشور در سال ۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.



جدول ۱۰: مهم‌ترین کشورهای واردکننده کالا از لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	ارزش واردات	سهم از کل صادرات (درصد)
۱	امارات	۳۴۶	۱۰
۲	سوئیس	۳۲۹	۹/۵
۳	عراق	۲۶۹	۷/۷
۴	سوریه	۲۲۴	۶/۴
۵	عربستان	۲۰۹	۶
۶	ترکیه	۲۰۷	۵/۹
۷	مصر	۱۲۷	۳/۷
۸	اردن	۱۱۹	۳/۴
۹	ایران	۱۰۱	۲/۹
۱۰	کویت	۹۶	۲/۸
۱۱	فرانسه	۸۵	۲/۴
۱۲	قطر	۸۵	۲/۴
۱۳	بلژیک	۸۲	۲/۴
۱۴	برزیل	۶۲	۱/۸
۱۵	انگلیس	۵۹	۱/۷
۱۶	چین	۵۶	۱/۶
۱۷	نیجریه	۵۴	۱/۶
۱۸	ایتالیا	۵۳	۱/۵
۱۹	آمریکا	۴۹	۱/۴
۲۰	یونان	۴۸	۱/۴

۳. واردات

لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی ۱۶/۱۳۶ میلیارد دلار واردات داشته است. اقلام عمده وارداتی لبنان شامل سوخت‌های معدنی و نفت خام، وسایل نقایه زمینی، دیگ‌های بخار و آبگرم مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه‌گرانبها، چدن، آهن و فولاد، ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها، محصولات دارویی، مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن، غلات و کاغذ و مقو می‌شود.

جدول شماره‌ی ۱۱ اقلام مهم وارداتی لبنان از جهان و ارزش وارداتی هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۸-۲۰۰۴ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۱۱: اقلام مهم وارداتی و ارزش هر یک طی دوره زمانی ۲۰۰۸-۲۰۰۴ میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند واردات
	کل محصولات	-	۹,۳۸۵	۹,۳۲۷	۹,۳۹۵	۱۱,۸۱۵	۱۶,۱۳۶	نامنظم
۱	سوخت‌های معدنی و نفت خام	۲۷	۱,۹۸۱	۲,۱۵۱	۲,۳۴۸	۲,۶۱۵	۴,۰۷۷	افزایشی
۲	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا	۸۷	۸۲۹	۷۷۹	۷۳۴	۹۵۸	۱,۶۸۷	نامنظم
۳	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۶۲۲	۵۹۵	۶۸۴	۸۴۵	۹۴۲	نامنظم
۴	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه‌گرانبها	۷۱	۵۲۶	۴۹۱	۲۹۰	۴۸۲	۸۵۱	نامنظم
۵	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۲۹۷	۳۲۸	۳۳۰	۵۲۶	۷۹۳	افزایشی
۶	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۴۸۷	۴۶۶	۴۴۰	۵۸۰	۷۴۶	نامنظم



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	واردات روند
۷	محصولات دارویی	۳۰	۴۳۴	۴۲۹	۵۱۱	۶۰۸	۶۹۲	نامنظم
۸	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۲۸۸	۲۹۷	۲۹۷	۳۹۱	۴۷۲	افزایشی
۹	غلات	۱۰	۱۶۶	۱۳۳	۱۲۷	۲۲۳	۳۱۵	نامنظم
۱۰	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۲۱۱	۱۹۸	۱۸۲	۲۵۴	۲۷۷	نامنظم
۱۱	لباس و متفرعات لباس، غیرکشیاف یا غیرقلاب باف	۶۲	۱۶۹	۱۶۸	۱۷۱	۱۷۴	۲۲۷	نامنظم
۱۲	شیر و محصولات لبنی؛ تخم پرندگان؛ عسل طبیعی	۰۴	۱۸۰	۱۷۹	۱۷۵	۲۱۳	۲۲۶	نامنظم
۱۳	چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب	۴۴	۱۳۶	۱۳۳	۱۲۴	۱۷۴	۲۱۹	نامنظم
۱۴	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۸۲	۷۲	۵۹	۷۷	۱۹۹	نامنظم
۱۵	آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی	۹۰	۱۴۱	۱۳۱	۱۵۷	۱۵۹	۱۷۵	نامنظم
۱۶	حیوانات زنده	۰۱	۱۸۷	۱۴۸	۱۵۶	۱۵۴	۱۶۹	نامنظم
۱۷	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۱۰۴	۱۰۸	۱۰۶	۱۳۰	۱۶۵	نامنظم
۱۸	توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده	۲۴	۱۳۰	۱۲۳	۱۰۶	۱۳۲	۱۶۴	نامنظم

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند واردات
۱۹	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی	۱۵	۷۴	۸۳	۹۴	۱۲۰	۱۵۱	افزایشی
۲۰	مبل؛ مبل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تختخواب و همانند	۹۴	۱۰۳	۱۰۰	۹۲	۱۰۳	۱۳۹	نامنظم
۲۱	گوشت و احشای خوراکی	۰۲	۴۸	۶۰	۷۳	۸۴	۱۳۵	افزایشی
۲۲	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۸۱	۹۵	۱۰۲	۱۱۹	۱۳۳	افزایشی
۲۳	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی	۰۷	۷۱	۷۶	۸۵	۱۲۰	۱۳۲	افزایشی
۲۴	لباس و متفرعات لباس، کشیاف یا قلاباف	۶۱	۱۰۸	۹۸	۱۰۱	۱۱۱	۱۳۲	نامنظم
۲۵	روغن‌های اسانسی و شبه رزین‌ها (رزینوئیدها)	۳۳	۹۴	۹۳	۸۹	۱۱۶	۱۳۱	نامنظم
۲۶	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲	۴۶	۴۳	۴۵	۱۳۶	۱۲۵	نامنظم
۲۷	محصولات سرامیکی	۶۹	۷۶	۷۲	۶۵	۸۱	۱۲۴	نامنظم
۲۸	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نان‌های شیرینی	۱۹	۶۷	۷۱	۷۹	۹۱	۱۲۲	افزایشی
۲۹	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۶۷	۷۰	۶۴	۹۴	۱۱۸	افزایشی
۳۰	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱	۸۱	۷۸	۸۰	۹۴	۱۰۹	نامنظم



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند واردات
۳۱	صابون، فرآورده‌ها برای شستشو، فرآورده‌های روان‌کننده	۳۴	۶۶	۶۸	۶۹	۸۱	۱۰۳	افزایشی
۳۲	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۳۹	۴۸	۷۳	۹۲	۹۹	افزایشی
۳۳	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۴۰	۶۱	۵۹	۶۴	۸۷	۹۵	افزایشی
۳۴	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۷۰	۵۹	۵۸	۵۰	۸۲	۹۵	نامنظم
۳۵	کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیا	۶۴	۷۳	۵۸	۶۳	۷۳	۹۱	نامنظم
۳۶	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۷۳	۵۹	۵۷	۶۹	۸۵	نامنظم
۳۷	قند و شکر و شیرینی	۱۷	۵۴	۵۸	۶۰	۸۵	۸۵	افزایشی
۳۸	فرآورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف‌داران یا دیگر آبزیان بدون ستون فقرات	۱۶	۳۹	۳۶	۵۷	۶۷	۷۶	نامنظم
۳۹	قهوه، چای مانه و ادویه	۰۹	۳۶	۴۰	۴۱	۶۵	۷۲	افزایشی
۴۰	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیر یکسره	۵۵	۵۸	۴۹	۴۴	۵۲	۶۹	نامنظم
۴۱	دانه و میوه‌های روغن‌دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون	۱۲	۷۰	۵۳	۳۶	۵۳	۶۶	نامنظم

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند واردات
۴۲	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۴۱	۴۰	۴۱	۵۲	۶۶	نامنظم
۴۳	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی، تانن‌ها و مشتقات آنها	۳۲	۴۹	۴۴	۴۲	۵۴	۶۵	نامنظم
۴۴	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۴۳	۴۴	۴۱	۵۱	۶۵	نامنظم
۴۵	آخال و تفاله صنایع خوراک سازی، خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳	۲۸	۳۱	۳۱	۴۸	۵۹	افزایشی
۴۶	کتاب، روزنامه و تصویر	۴۹	۴۴	۴۹	۴۰	۴۵	۵۹	نامنظم
۴۷	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۳۲	۳۳	۳۳	۴۶	۵۸	افزایشی
۴۸	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا از سایر اجزای نباتات	۲۰	۳۷	۴۰	۳۵	۵۱	۵۷	نامنظم
۴۹	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزا، قطعات و متفرعات آنها	۹۵	۵۳	۴۱	۳۴	۴۶	۵۶	نامنظم
۵۰	کاکائو و فرآورده‌های آن	۱۸	۳۶	۴۰	۴۲	۵۱	۵۵	افزایشی
۵۱	اشیای صنعت ساعت‌سازی	۹۱	۳۲	۲۷	۲۵	۳۰	۵۲	نامنظم
۵۲	ماهی‌ها و قشرداران، صدف‌داران و سایر آبزیان بدون ستون فقرات	۰۳	۳۶	۳۸	۳۸	۴۶	۵۲	افزایشی



ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۴	۲۰۰۵	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند واردات
۵۳	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ‌سازی؛ لوازم سفر	۴۲	۳۳	۳۴	۳۳	۳۸	۴۹	نامنظم
۵۴	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۸۲	۲۸	۲۶	۲۵	۳۱	۳۸	نامنظم
۵۵	مصنوعات گوناگون	۹۶	۲۹	۳۰	۲۸	۳۴	۳۶	نامنظم
۵۶	کودهای شیمیایی	۳۱	۲۶	۲۱	۱۸	۲۹	۳۵	نامنظم
۵۷	رشته‌های سنتتیک یا مصنوعی	۵۴	۳۲	۲۹	۲۲	۲۸	۳۳	نامنظم
۵۸	خمیر چوب یا سایر مواد الیافی سلولزی؛ کاغذ یا مقوا برای بازیافت	۴۷	۱۶	۱۷	۲۰	۳۰	۳۲	افزایشی
۵۹	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبها	۲۸	۱۶	۲۰	۲۰	۲۴	۳۱	افزایشی
۶۰	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۲۴	۲۱	۱۹	۲۳	۳۱	نامنظم

www.trademap.org

همان‌گونه که جدول بالا نشان می‌دهد، میزان واردات کالا در بیشتر گروه‌های کالایی، به‌ویژه در ده گروه کالایی عمده وارداتی، افزایشی و نامنظم بوده است. میزان واردات این کشور در سال ۲۰۰۸ نسبت به سال ۲۰۰۴ میلادی، نزدیک به ۷۲ درصد رشد داشته است.

کشورهای آمریکا، چین، فرانسه، ایتالیا، آلمان، ترکیه، ژاپن و سوییس هشت شریک عمده‌ی وارداتی لبنان (صادرکنندگان به لبنان) هستند. این کشورها نزدیک ۵۴ درصد از ارزش صادرات کالا به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی را در اختیار داشته‌اند.

حضور کشورهایمانند فرانسه، ایتالیا، آلمان و سوییس در میان کشورهای عمده‌ی صادرکننده به لبنان، به دلیل عضویت آنها در پیمان تجارت آزاد اروپا با لبنان است. بنابراین اهمیت عضویت در پیمان‌های تجاری با دیگر کشورها، در زمینه‌ی صادرات این کشورها به لبنان کاملاً مشهود است.

مهم‌ترین صادرکنندگان کالا به لبنان و ارزش صادرات آنها در سال ۲۰۰۸ میلادی در جدول شماره‌ی ۱۲ آمده است.

جدول ۱۲: مهم‌ترین کشورهای صادرکننده کالا به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

رتبه	نام کشور	ارزش صادرات	سهم از کل واردات (درصد)
۱	آمریکا	۱,۸۴۹	۱۱/۵
۲	چین	۱,۳۹۱	۸/۶
۳	فرانسه	۱,۳۳۷	۸/۳
۴	ایتالیا	۱,۱۱۱	۶/۹
۵	آلمان	۱,۰۲۷	۶/۴
۶	ترکیه	۶۹۸	۴/۳
۷	ژاپن	۶۲۰	۳/۸
۸	سوییس	۶۱۶	۳/۸
۹	روسیه	۵۰۳	۳/۱
۱۰	کویت	۴۸۸	۳
۱۱	مصر	۴۵۸	۲/۸
۱۲	انگلیس	۴۵۷	۲/۸
۱۳	امارات	۳۲۶	۲
۱۴	برزیل	۳۱۹	۲
۱۵	عربستان	۲۹۰	۱/۸



رتبه	نام کشور	ارزش صادرات	سهم از کل واردات (درصد)
۱۶	اسپانیا	۲۷۷	۱/۷
۱۷	سوریه	۲۷۱	۱/۷
۱۸	رومانی	۲۶۸	۱/۷
۱۹	بلژیک	۲۶۴	۱/۶
۲۰	اوکراین	۲۵۸	۱/۶
۲۱	مالت	۲۴۶	۱/۵
۲۲	کره جنوبی	۲۳۹	۱/۵
۲۳	هند	۲۲۱	۱/۴
۲۴	هلند	۱۶۸	۱
۲۵	مناطق نامعین	۱۶۳	۱
۲۶	تایلند	۱۶۲	۱
۲۷	مالزی	۱۲۶	۰/۸
۲۸	بلغارستان	۱۲۱	۰/۸
۲۹	یونان	۱۰۷	۰/۷
۳۰	اردن	۱۰۷	۰/۷

www.trademap.org

۴. کشورهای عمده صادرکننده

در این بخش، کشورهای عمده‌ی صادرکننده به لبنان معرفی می‌شوند. این اطلاعات می‌تواند تصویر روشنی از رقبای بالقوه و رقبای کنونی در گروه‌های کالایی اصلی صادراتی به لبنان برای بازرگانان ایرانی فراهم کند. برابر آمار، شش کشور نخست در بیشتر گروه‌های کالایی به طور میانگین بیش از شصت درصد کالاها را وارد کرده‌اند. در جداول ۱۳ تا ۳۲، شش کشور نخست صادرکننده و سهم هر کدام در بیست گروه کالایی اول آرایه شده در جدول شماره ۱۱ آمده است.

جدول ۱۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین سوخت‌های معدنی و نفت خام در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	آمریکا	۹۷۱	۲۳/۸
۲	فرانسه	۷۲۲	۱۷/۷
۳	کویت	۴۶۰	۱۱/۳
۴	ایتالیا	۳۷۸	۹/۳
۵	روسیه	۲۶۹	۶/۶
۶	ترکیه	۲۵۶	۶/۳
جمع کل واردات لبنان: ۴,۰۷۷ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	آلمان	۵۲۲	۳۱
۲	ژاپن	۴۸۴	۲۸/۷
۳	آمریکا	۲۷۹	۱۶/۵
۴	کره جنوبی	۸۸	۵/۲
۵	انگلیس	۸۵	۵
۶	فرانسه	۵۲	۳/۱
جمع کل واردات لبنان: ۱,۶۸۷ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۱۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین دیگ‌های بخار و آبگرم در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	چین	۲۲۶	۲۴
۲	آلمان	۱۱۹	۱۲/۶
۳	ایتالیا	۱۱۲	۱۱/۹
۴	آمریکا	۹۹	۱۰/۵
۵	انگلیس	۵۸	۶/۲
۶	فرانسه	۳۳	۳/۵
جمع کل واردات لبنان: ۹۴۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۶: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه‌گرانبها در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	سوئیس	۴۰۴	۴۷/۵
۲	بلژیک	۱۲۴	۱۴/۶
۳	امارات	۱۰۳	۱۲/۱
۴	هند	۶۷	۷/۹
۵	تایلند	۲۷	۳/۲
۶	آفریقای جنوبی	۲۶	۳
جمع کل واردات لبنان: ۸۵۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۷: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین چدن، آهن و فولاد در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	اوکراین	۱۶۴	۲۰/۷
۲	ترکیه	۱۴۷	۱۸/۵
۳	چین	۱۱۶	۱۴/۷
۴	مصر	۶۵	۸/۲
۵	روسیه	۳۹	۴/۹
۶	بلغارستان	۳۷	۴/۷
جمع کل واردات لبنان: ۷۹۳ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۱۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	چین	۱۸۶	۲۴/۹
۲	انگلیس	۹۸	۱۳/۲
۳	فرانسه	۵۲	۷
۴	آمریکا	۵۱	۶/۹
۵	ایتالیا	۴۴	۶
۶	مالزی	۴۳	۵/۷
جمع کل واردات لبنان: ۷۴۶ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۱۹: مهم ترین رقبای موجود در تامین محصولات دارویی در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	فرانسه	۱۲۱	۱۷/۵
۲	آلمان	۱۰۰	۱۴/۴
۳	سوئیس	۷۶	۱۱
۴	انگلیس	۵۸	۸/۳
۵	آمریکا	۵۱	۷/۳
۶	ایتالیا	۴۳	۶/۳
جمع کل واردات لبنان: ۶۹۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۰: مهم ترین رقبای موجود در تامین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	عربستان	۸۲	۱۷/۴
۲	چین	۴۵	۹/۶
۳	ایتالیا	۳۵	۷/۴
۴	آلمان	۳۰	۶/۴
۵	تایوان	۲۵	۵/۲
۶	ترکیه	۲۱	۴/۵
جمع کل واردات لبنان: ۴۷۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین غلات در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	روسیه	۸۱	۲۵/۸
۲	آمریکا	۷۵	۲۳/۸
۳	قزاقستان	۶۸	۲۱/۶
۴	اوکراین	۲۱	۶/۶
۵	آرژانتین	۱۳	۴
۶	مصر	۹	۲/۷
جمع کل واردات لبنان: ۳۱۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته‌شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	فنلاند	۳۵	۱۲/۷
۲	چین	۲۸	۱۰/۳
۳	عربستان	۲۴	۸/۶
۴	آلمان	۲۱	۷/۶
۵	فرانسه	۱۸	۶/۷
۶	ایتالیا	۱۴	۵/۲
جمع کل واردات لبنان: ۲۷۷ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۲۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین لباس و متفرعات لباس، غیرکش‌باف یا غیرقلاب‌باف در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	چین	۶۳	۲۷/۸
۲	ایتالیا	۴۶	۲۰/۱
۳	ترکیه	۲۱	۹/۲
۴	فرانسه	۱۸	۸/۱
۵	هند	۹	۴/۱
۶	مراکش	۸	۳/۴
جمع کل واردات لبنان: ۲۲۷ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین شیر و محصولات لبنی؛ تخم پرندگان؛ عسل طبیعی در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	دانمارک	۲۴	۱۰/۵
۲	مراکش	۲۲	۹/۷
۳	فرانسه	۲۲	۹/۶
۴	هلند	۲۲	۹/۶
۵	مصر	۲۱	۹/۳
۶	جمهوری چک	۱۹	۸/۴
جمع کل واردات لبنان: ۲۲۶ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۵: مهم ترین رقبای موجود در تامین چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	رومانی	۴۳	۱۹/۸
۲	روسیه	۴۳	۱۹/۵
۳	چین	۲۰	۹/۴
۴	ایتالیا	۱۸	۸/۳
۵	مالزی	۱۰	۴/۸
۶	آمریکا	۹	۴/۱
جمع کل واردات لبنان: ۲۱۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۶: مهم ترین رقبای موجود در تامین نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	سوریه	۸۶	۴۳/۱
۲	روسیه	۴۴	۲۲
۳	عربستان	۱۶	۸/۱
۴	عراق	۱۲	۶/۲
۵	ایتالیا	۹	۴/۸
۶	ترکیه	۹	۴/۵
جمع کل واردات لبنان: ۱۹۹ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۲۷: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	آمریکا	۴۶	۲۶/۵
۲	آلمان	۲۲	۱۲/۵
۳	چین	۱۸	۱۰/۲
۴	ایتالیا	۱۴	۸/۲
۵	فرانسه	۱۲	۶/۸
۶	ژاپن	۱۰	۵/۶
جمع کل واردات لبنان: ۱۷۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین حیوانات زنده در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	برزیل	۱۱۲	۶۵/۹
۲	اوروگوئه	۱۴	۸/۵
۳	مجارستان	۸	۵
۴	استرالیا	۸	۴/۶
۵	آلمان	۷	۴/۴
۶	ترکیه	۷	۴/۲
جمع کل واردات لبنان: ۱۶۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۲۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	چین	۵۲	۳۱/۵
۲	ایتالیا	۳۳	۱۹/۸
۳	ترکیه	۱۲	۷/۴
۴	سوریه	۹	۵/۸
۵	فرانسه	۶	۳/۵
۶	دانمارک	۵	۳/۳
جمع کل واردات لبنان: ۱۶۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۳۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین توتون و تنباکو و بدل توتون و تنباکوی ساخته شده در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	سوئیس	۵۹	۳۶/۳
۲	آمریکا	۴۸	۲۶/۶
۳	فرانسه	۱۲	۷/۶
۴	ترکیه	۸	۴/۹
۵	آلمان	۸	۴/۷
۶	لهستان	۷	۴/۵
جمع کل واردات لبنان: ۱۶۴ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۳۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	مناطق نامعین	۴۸	۳۱/۸
۲	مصر	۲۷	۱۷/۷
۳	عربستان	۱۶	۱۰/۶
۴	مالزی	۱۳	۸/۸
۵	امارات	۱۱	۷/۳
۶	سوریه	۸	۵/۴
جمع کل واردات لبنان : ۱۵۱ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۳۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مبل؛ مبل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تختخواب و همانند در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	چین	۵۸	۴۲
۲	ایتالیا	۱۹	۱۳/۸
۳	آلمان	۷	۵/۳
۴	فرانسه	۶	۴/۷
۵	ترکیه	۶	۴/۶
۶	مصر	۶	۴/۴
جمع کل واردات لبنان : ۱۳۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

۴-۱. تحلیل مزیت‌های ایران در تامین کالاهای عمده وارداتی لبنان

بررسی کشورهای اصلی تامین‌کننده کالاهای مهم وارداتی لبنان (بیست فصل اول) نشان می‌دهد که ایران با وجود توانمندی صادرات کالاهای مورد بررسی، جزو تامین‌کنندگان هیچ یک از گروه‌های کالایی اصلی وارداتی لبنان نیست. بررسی توانمندی‌های ایران در تامین کالاهای مهم وارداتی لبنان، نشان می‌دهد که شرکت‌های ایرانی از ظرفیت گسترده‌ای در تامین نیازهای بازار این کشور برخوردار هستند.

ایران به دلیل در اختیار داشتن منابع عظیم نفت و گاز، از پتانسیل بالایی در زمینه تامین کالاهای ذیل فصل ۲۷ کتاب تعرفه (سوختهای معدنی و نفت خام) برخوردار است.

شرکت‌های ایرانی تولیدکننده کالاهای ذیل فصل ۳۹ کتاب تعرفه (مواد پلاستیکی) و فصل ۸۷ کتاب تعرفه (وسایل نقلیه زمینی)، از توانمندی صادراتی گسترده‌ای برای حضور جدیدتر در بازار لبنان برخوردارند. ایران در سال ۲۰۰۸ میلادی، ده میلیون دلار وسایل نقلیه زمینی به این کشور صادر کرده است. از این‌رو با برنامه‌ریزی برای حضور بلندمدت در بازار لبنان، سهم صادرات ایران به لبنان در این گروه‌های کالایی، تا اندازه‌ی زیادی می‌تواند افزایش یابد.

بررسی مزیت‌های ایران در صادرات کالاهای ذیل فصول ۸۴ (دیگ‌های بخار و آبگرم)، ۷۲ (چدن، آهن و فولاد) و ۳۰ (محصولات دارویی)، نشان از ظرفیت‌های گسترده‌ی ایران، برای توسعه‌ی صادرات به بازار این کشور است.

بررسی برتری‌های صادراتی ایران در بیست فصل اول وارداتی لبنان نشان می‌دهد که شرکت‌های ایرانی، توانایی تامین بخش بزرگی از کالاهای ذیل شش فصل شامل فصول ۲۷، ۳۰، ۳۹، ۷۲، ۸۴ و ۸۷ را دارند.



۵. سرمایه‌گذاری خارجی

لبنان یکی از کشورهای مناسب برای سرمایه‌گذاران خارجی در میان کشورهای عربی و منطقه خاورمیانه است. مقامات لبنانی در سال‌های گذشته بسیار



کوشیده‌اند تا موانع ورود سرمایه‌های خارجی به این کشور را از سر راه بردارند و مشوق‌ها و تسهیلاتی را برای سرمایه‌گذاران فراهم کنند.

امروزه برخی از شرکت‌ها از کشورهای آسیایی، اروپایی و آمریکایی در لبنان در پروژه‌هایی مانند گردشگری و جهانگردی سرمایه‌گذاری کرده‌اند. در پی ناآرامی‌های داخلی لبنان در چند سال گذشته، بسیاری از سرمایه‌گذاران لبنانی، در دیگر کشورها اقدام به سرمایه‌گذاری کرده‌اند. مصر، قبرس، اسپانیا، برزیل، امارات، جمهوری چک، مراکش، آرژانتین، ترکیه، یونان و برخی جمهوری‌های مشترک‌المنافع آسیای میانه، کانون جذب سرمایه‌داران لبنانی در سال‌های گذشته بوده‌اند. این مساله موجب کاهش سرعت رشد اقتصاد لبنان و بروز تحولات منفی در اقتصاد این کشور شد.

امروزه با حاکم شدن آرامش سیاسی و انجام اصلاحات اقتصادی، روند خروج سرمایه‌ها از این کشور معکوس شده و سرمایه‌گذاران خارجی و لبنانی، سرمایه‌های خود را در بخش‌های مختلف اقتصادی لبنان سرمایه‌گذاری می‌کنند.

کل سرمایه‌گذاری خارجی انجام شده در لبنان تا پایان سال ۲۰۰۸ میلادی، برابر با ۲۴/۱۷۰ میلیارد دلار بوده است.

جدول شماره ۳۳ میزان سرمایه‌گذاری خارجی انجام شده در لبنان در سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۳: میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده در لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی

سال	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸
میزان سرمایه‌گذاری خارجی (میلیارد دلار)	۲/۶۷۵	۲/۷۳۱	۳/۶۰۶

World Investment Report 2009

میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده توسط لبنان در دیگر کشورها، از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی در جدول شماره ۳۴ آمده است.

جدول ۳۴: میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده توسط لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی

سال	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸
میزان سرمایه‌گذاری خارجی (میلیارد دلار)	۰/۸۷۵	۰/۸۴۸	۰/۹۸۷

World Investment Report 2009

همان‌گونه که دیده می‌شود، میزان سرمایه‌گذاری خارجی در لبنان در سال‌های گذشته همواره روند افزایشی داشته است.



فصل ششم

وضعیت مبادلات بازرگانی با ایران

مناسبات اقتصادی و بازرگانی ایران با لبنان سابقه دیرینه دارد. در این فصل پیشینه روابط بازرگانی، آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی و تراز تجاری دو کشور در سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۸ میلادی بررسی می‌شود.

۱. پیشینه‌ی روابط بازرگانی ایران و لبنان

از نظر ایران، کشور لبنان همواره یکی از مهم‌ترین کشورهای خاورمیانه بوده است. دولت ایران از هنگام دستیابی لبنان به استقلال، تمایل خود را در مورد برقراری روابط دوستانه‌ی سیاسی به دلایل موقعیت حساس لبنان در خاورمیانه و حضور پرشمار شیعیان در آن کشور اعلام کرد. برای دستیابی به اهداف اقتصادی، بازرگانی، سیاسی و فرهنگی، دو کشور در سال ۱۹۵۳ میلادی قرارداد دوستی را در تهران به امضا رساندند. ولی مبادله اسناد تا سال ۱۹۶۷ به تأخیر افتاد. روابط ایران و لبنان پس از انقلاب اسلامی به ویژه در زمینه‌های فرهنگی گسترش یافت. طی دهه هشتاد میلادی که لبنان گرفتار جنگ‌های داخلی و تجاوزات خارجی به ویژه از سوی رژیم صیehونیستی بود، ایران همواره تجاوزات رژیم اشغال‌گر قدس و حضور مداخله‌گرانه‌ی قدرت‌های خارجی در خاک این کشور را محکوم کرد و خواستار ایجاد نظامی در لبنان بود که تأمین‌کننده‌ی حقوق مسلم اکثریت مردم این کشور باشد.

به طور کلی جمعیت مسلمان و به ویژه شیعه‌ی دو کشور ایران و لبنان یکی از زمینه‌های اصلی نزدیک بودن دو ملت است، چرا که ایران و لبنان از اندک کشورهای مسلمان هستند که در آنها شیعیان وجود دارند و درصد بالایی از جمعیت را نیز به خود اختصاص داده‌اند.

لبنان و ایران به دلایل دیپلماتیک، اقتصادی و راهبردی به دنبال توسعه روابط با یکدیگر



بوده‌اند و این موضوع در روابط دو کشور در سال‌های گذشته به روشنی پیداست. بنابراین با توجه به زمینه‌های موجود جهت همکاری دو جانبه، در حال حاضر امکان گسترش و تعمیق روابط میان دو کشور فراهم است.

۲. آخرین وضعیت مبادلات بازرگانی و تراز تجاری

تراز تجاری ایران با لبنان در سال‌های گذشته با روند منفی همراه بوده که این امر ناشی از حجم و ارزش بالای اقلام وارداتی ایران از لبنان بوده است.

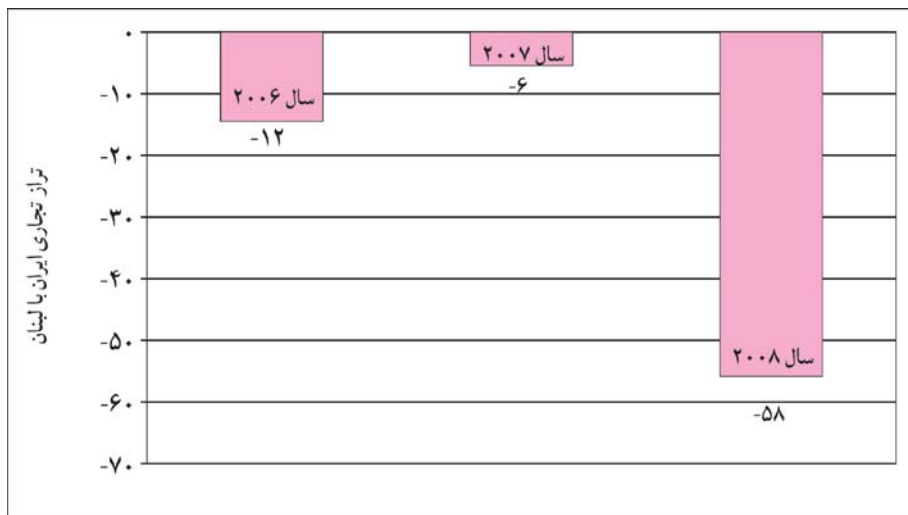
در سال ۲۰۰۶ میلادی تراز تجاری ایران با لبنان برابر با دوازده میلیون دلار منفی بوده است. با افزایش صادرات ایران در سال ۲۰۰۷ میلادی، میزان تراز تجاری به منفی شش میلیون دلار بهبود یافته است. در سال ۲۰۰۸ میلادی با جهش ناگهانی واردات ایران از لبنان، تراز تجاری به رقم منفی ۵۸ میلیون دلار رسیده است. جدول شماره ۳۵ روند تراز تجاری ایران با لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۵: روند تراز تجاری ایران با لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

سال	میزان صادرات	میزان واردات	تراز تجاری	روند تغییر تراز تجاری
۲۰۰۶	۲۴	۳۶	-۱۲	به زیان ایران
۲۰۰۷	۳۳	۳۹	-۶	به زیان ایران
۲۰۰۸	۴۳	۱۰۱	-۵۸	به زیان ایران

www.trademap.org

نمودار شماره ۱ روند تراز تجاری ایران با لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۱: روند تراز تجاری ایران با لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

۳. صادرات ایران به لبنان

در سال ۲۰۰۶ میلادی ارزش صادرات ایران به لبنان برابر با ۲۴ میلیون دلار بوده که در سال ۲۰۰۷ میلادی با رشدی در حدود ۳۸ درصد به ۳۳ میلیون دلار افزایش یافته است. میزان صادرات در سال ۲۰۰۸ میلادی نیز با رشدی در حدود ۲۳ درصد به ۴۳ میلیون دلار رسیده است. بنابراین، ارزش صادرات ایران به لبنان در طول دوره سه‌ساله‌ی ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی در حدود ۷۹ درصد رشد داشته است.

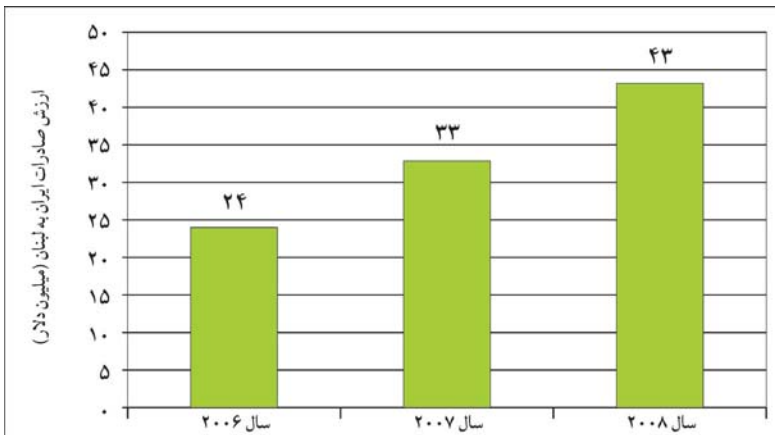
جدول شماره‌ی ۳۶ ارزش صادرات ایران به لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۶: ارزش صادرات ایران به لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

سال	ارزش صادرات	نرخ رشد (درصد)
۲۰۰۶	۲۴	-
۲۰۰۷	۳۳	+۵۵
۲۰۰۸	۴۳	+۵۰

www.trademap.org

نمودار شماره‌ی ۲ ارزش صادرات ایران به لبنان در سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۲: ارزش صادرات ایران به لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

کل صادرات ایران به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی، شامل ۵۷ گروه کالایی و در سه سال گذشته دربرگیرنده‌ی ۶۷ گروه کالایی مندرج در جدول شماره‌ی ۳۷ می‌شود. اقلام عمده صادراتی ایران به لبنان در سه سال گذشته شامل میوه‌های خوراکی، وسایل نقلیه زمینی، فرش و دیگر کفپوش‌ها از مواد نسجی، مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده

از آن ماهی‌ها و قشرداران، فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فرآورده‌های خوراکی گوناگون، محصولات شیمیایی آلی و سوخت‌های معدنی و نفت خام می‌شود.

جدول ۳۷: ترکیب صادرات ایران به لبنان طی دوره ۲۰۰۸-۲۰۰۶ میلادی
(میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند صادرات
	کل محصولات	-	۲۴	۳۳	۴۳	افزایشی
۱	میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات یا پوست خربزه و همانند	۰۸	۱۴	۱۷	۱۸	افزایشی
۲	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا	۸۷	۲	۶	۱۰	افزایشی
۳	فرش و سایر کفیوش‌ها از مواد نسجی	۵۷	۳	۴	۶	افزایشی
۴	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن	۳۹	۰/۲	۰/۰۸	۲	نامنظم
۵	ماهی‌ها و قشرداران، صدفداران و سایر آبزیان بدون ستون فقرات	۰۳	۱	۱	۲	افزایشی
۶	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نان‌های شیرینی	۱۹	۰/۲۱	۱	۲	افزایشی
۷	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱	۰/۶۷	۰/۷	۰/۹	افزایشی
۸	محصولات شیمیایی آلی	۲۹	۰/۶۴	۰/۵۸	۰/۵۴	کاهشی
۹	سوخت‌های معدنی و نفت خام	۲۷	۰/۲۲	۰/۲۶	۰/۴۲	افزایشی
۱۰	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۰/۰۵	۰/۱۷	۰/۲۹	افزایشی
۱۱	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۰/۰۲	۰/۱۶	۰/۲۳	افزایشی
۱۲	مس و مصنوعات از مس	۷۴	۰	۰	۰/۲۱	افزایشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	رشد صادرات
۱۳	نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان	۲۵	۰/۰۷	۰/۲۳	۰/۱۸	نامنظم
۱۴	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۷۰	۰/۰۴	۰/۰۷	۰/۱۱	افزایشی
۱۵	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۰/۱۶	۰/۲۵	۰/۱۱	نامنظم
۱۶	قند و شکر و شیرینی	۱۷	۰/۰۵	۰/۰۷	۰/۱۰	افزایشی
۱۷	نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه	۲۲	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۱	افزایشی
۱۸	محصولات دارویی	۳۰	۰/۰۶	۰	۰/۱	نامنظم
۱۹	محصولات حاصل از نشاسته یا فکول تغییر یافته، چسب‌ها و آزیم‌ها	۳۵	۰/۰۷	۰/۰۹	۰/۱	نامنظم
۲۰	کتاب، روزنامه و تصویر	۴۹	۰/۲	۰/۱۸	۰/۰۸	کاهشی
۲۱	آخال و تفاله صنایع خوراک‌سازی، خوراکی‌های آماده برای حیوانات	۲۳	۰	۰/۰۲	۰/۰۷	افزایشی
۲۲	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی، تاننها و مشتقات آنها	۳۲	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۰۵	افزایشی
۲۳	محصولات سرامیکی	۶۹	۰/۰۷	۰/۱۴	۰/۰۵	نامنظم
۲۴	مصنوعات گوناگون	۹۶	۰/۲۱	۰	۰/۰۵	نامنظم
۲۵	دانه و میوه‌های روغن‌دار، دانه و بذر و میوه‌های گوناگون	۱۲	۰/۰۷	۰/۲۳	۰/۰۴	نامنظم
۲۶	فرآورده‌ها از سبزیجات، میوه‌ها یا از سایر اجزای نباتات	۲۰	۰/۰۲	۰/۰۰۶	۰/۰۴	نامنظم
۲۷	مبل؛ مبل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تختخواب و همانند	۹۴	۰/۰۰۳	۰/۰۸	۰/۰۴	نامنظم
۲۸	چوب و اشیای چوبی؛ زغال چوب	۴۴	۰/۰۲	۰/۰۳	۰/۰۳	افزایشی
۲۹	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۰	۰	۰/۰۲	افزایشی

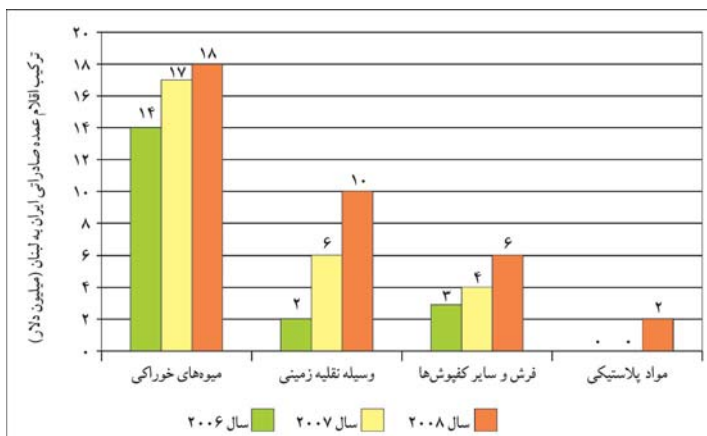
ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند صادرات
۳۰	آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی، سینماتوگرافی	۹۰	۰/۰۸	۰/۰۵	۰/۰۲	کاهشی
۳۱	لباس و متفرعات لباس، غیرکشفاب یا غیرقلاب‌باف	۶۲	۰/۰۰۴	۰/۰۲	۰/۰۲	افزایشی
۳۲	فرآورده‌های گوشت، ماهی یا قشرداران، صدف‌داران یا سایر آبزیان بدون ستون فقرات	۱۶	۰/۰۱	۰	۰/۰۲	نامنظم
۳۳	نباتات زنده و محصولات گل کاری	۰۶	۰/۰۲	۰/۰۲	۰/۰۲	-
۳۴	شیر و محصولات لبنی؛ تخم پرندگان؛ عسل طبیعی	۰۴	۰/۰۶	۰/۰۵	۰/۰۲	کاهشی
۳۵	محصولات شیمیایی غیرآلی، ترکیبات آلی یا غیرآلی فلزات گرانبها	۲۸	۰/۰۴	۰/۱۶	۰/۰۲	نامنظم
۳۶	روغن‌های اسانس و شبه رزین‌ها (رزینوئیدها)	۳۳	۰/۰۰۱	۰/۰۵	۰/۰۲	نامنظم
۳۷	خمیر چوب یا سایر مواد الیافی سلولزی؛ کاغذ یا مقوا برای بازیافت	۴۷	۰	۰/۰۲	۰/۰۲	افزایشی
۳۸	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۰/۱۴	۰/۰۹	۰/۰۱	کاهشی
۳۹	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه گرانبها	۷۱	۰	۰/۰۰۶	۰/۰۱	افزایشی
۴۰	قهوه، چای ماته و ادویه	۰۹	۰/۰۰۸	۰/۰۰۶	۰/۰۱	نامنظم
۴۱	انگم‌ها، صمغ‌ها، رزین‌ها و سایر شیره‌ها و عصاره نباتی	۱۳	۰/۰۱	۰	۰/۰۰۹	نامنظم
۴۲	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ‌سازی؛ لوازم سفر	۴۲	۰/۰۰۸	۰	۰/۰۰۹	نامنظم
۴۳	لباس و متفرعات لباس، کش‌باف یا قلاب‌باف	۶۱	۰/۰۰۳	۰/۰۰۲	۰/۰۰۸	نامنظم
۴۴	اشیای صنعت ساعت‌سازی	۹۱	۰/۰۰۲	۰	۰/۰۰۶	نامنظم
۴۵	اشیای هنری، اشیای کلکسیون یا عتیقه	۹۷	۰	۰	۰/۰۰۶	افزایشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند صادرات
۴۶	باروت و مواد منفجره، اشیای آتش بازی، کبریت، آلیاژهای آتشنا	۳۶	۰/۰۷	۰	۰/۰۰۵	نامنظم
۴۷	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰۴	افزایشی
۴۸	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۰/۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	نامنظم
۴۹	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	افزایشی
۵۰	بازیچه، اسباب بازی و لوازم ورزش، اجزا و قطعات و متفرعات آنها	۹۵	۰/۰۰۱	۰	۰/۰۰۳	نامنظم
۵۱	ابزارها، ابزار آلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۸۲	۰/۰۰۳	۰/۰۰۴	۰/۰۰۳	نامنظم
۵۲	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیریک سره	۵۵	۰	۰	۰/۰۰۲	افزایشی
۵۳	مواد قابل بافت و سایر محصولات نباتی	۱۴	۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	افزایشی
۵۴	کاکائو و فرآورده‌های آن	۱۸	۰/۰۰۵	۰/۰۱	۰/۰۰۲	نامنظم
۵۵	کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیا	۶۴	۰	۰	۰/۰۰۱	افزایشی
۵۶	پشم، موی نرم (کرک)	۵۱	۰	۰	۰/۰۰۱	افزایشی
۵۷	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۰/۲	۰/۱۱	۰/۰۰۱	کاهشی
۵۸	لکوموتیوهای راه آهن یا تراموا، نواقل روی خط راه آهن و اجزا و قطعات آنها	۸۶	۰/۰۲	۰/۰۰۳	۰	کاهشی
۵۹	کالاهای دسته بندی نشده (سایر کالاها)	۹۹	۰/۰۳	۰	۰	کاهشی
۶۰	صابون، فرآورده‌ها برای شستشو و فرآورده‌های روان کننده	۳۴	۰	۰/۰۰۵	۰	نامنظم
۶۱	پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۴۱	۰/۰۹	۰/۰۳	۰	کاهشی
۶۲	پارچه‌های کشفاف یا قلاب باف	۶۰	۰/۰۳	۰	۰	کاهشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند صادرات
۶۳	سبزیجات، نباتات، ریشه و غده‌های زیرخاکی خوراکی	۰۷	۰/۰۰۷	۰/۰۰۶	۰	کاهشی
۶۴	چربی‌ها و روغن‌های حیوانی یا نباتی	۱۵	۰/۰۰۲	۰	۰	کاهشی
۶۵	محصولات تهیه شده از حیوانات	۰۵	۰	۰/۰۰۳	۰	نامنظم
۶۶	حیوانات زنده	۰۱	۰	۰/۰۳	۰	نامنظم
۶۷	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۰/۰۵	۰/۱۳	۰	نامنظم

www.trademap.org

نمودار شماره ۳ ترکیب اقلام مهم صادراتی ایران به لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی را به صورت مقایسه‌ای نشان می‌دهد.



نمودار ۳: ترکیب صادرات ایران به لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

۴. تحلیل صادرات محصولات ایران به لبنان

در ادامه جایگاه و سهم ایران در صادرات هر یک از گروه‌های کالایی فوق به بازار لبنان تجزیه و تحلیل، و رقبای بالفعل و سهم آنها در هر یک از این گروه‌ها بررسی می‌شود.

۴-۱. میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و همانند

میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و همانند، اولین گروه کالایی عمده صادراتی ایران به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی است. کشورهای ایران، آمریکا، برزیل، سوریه، ترکیه و ویتنام بیش‌ترین ارزش صادرات این گروه از محصولات به لبنان را در اختیار دارند. این شش کشور بیش از ۶۴ درصد از بازار این گروه کالایی در لبنان را به خود اختصاص داده‌اند. ایران با صادرات هجده میلیون دلار میوه‌های خوراکی به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی، جایگاه نخست و سهم بازار ۲۰/۹ درصدی را در این گروه کالایی در اختیار دارد.

با توجه به جایگاه مناسب کشور ایران در زمینه‌ی تولید محصولات باغی، امکان صادرات بیشتر این گروه کالایی مورد نیاز کشور لبنان، به عنوان یک فرصت بالقوه در افق زمانی کوتاه‌مدت و میان‌مدت وجود دارد.

جدول شماره‌ی ۳۸ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین میوه‌های خوراکی در بازار لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین کالاهای میوه‌های خوراکی، پوست مرکبات و همانند در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	ایران	۱۸	۲۰/۹
۲	آمریکا	۱۳	۱۵/۸
۳	برزیل	۸	۹/۶
۴	سوریه	۶	۶/۶
۵	ترکیه	۵	۶/۴
۶	ویتنام	۴	۵/۲
جمع کل واردات لبنان: ۸۵ میلیون دلار			



۲-۴. وسایل نقلیه زمینی

وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا، دومین گروه کالایی صادراتی ایران به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی است.

آلمان، ژاپن، آمریکا، کره جنوبی، انگلیس و فرانسه شش کشور عمده صادرکننده این گروه کالایی به لبنان هستند. این کشورها در مجموع نزدیک به نود درصد از این بازار را به خود اختصاص داده‌اند.

ایران با صادرات ۹/۶ میلیون دلاری به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی در این گروه کالایی، جایگاه سیزدهم و سهم بازار ۰/۶ درصدی را در اختیار دارد.

با توجه به وجود پتانسیل‌های فراوان در زمینه تولید وسایل نقلیه زمینی و تجربه صادراتی شرکت‌های خودروساز ایرانی در بازارهای منطقه، فرصت مناسبی جهت حضور پررنگ‌تر ایران در بازار خودروی لبنان وجود دارد.

جدول شماره ۳۹ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین وسایل نقلیه زمینی در بازار لبنان، در سال ۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۳۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه آهن یا تراموا در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	آلمان	۵۲۲	۳۱
۲	ژاپن	۴۸۴	۲۸/۷
۳	آمریکا	۲۷۹	۱۶/۵
۴	کره جنوبی	۸۸	۵/۲
۵	انگلیس	۸۵	۵
۶	فرانسه	۵۲	۳/۱
جمع کل واردات لبنان: ۱,۶۸۷ میلیون دلار			

۴-۳. فرش و کفپوش

فرش و کفپوش، سومین گروه کالایی صادراتی ایران به لبنان است. کشورهای ایران و ترکیه بیش از ۴۲ درصد از صادرات فرش و کفپوش به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی را به خود اختصاص داده‌اند. چین، هند، بلژیک و پاکستان در رده‌های بعدی صادرات این گروه کالایی به لبنان قرار دارند.

ایران با صادرات شش میلیون دلار از این گروه کالایی به لبنان، رتبه‌ی نخست و سهم بازار بیش از ۲۵ درصد را در اختیار دارد.

جدول شماره‌ی ۴۰ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین فرش و کفپوش در بازار لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۴۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین فرش و سایر کفپوش‌ها از مواد نسجی در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	ایران	۶	۲۵/۱
۲	ترکیه	۴	۱۷/۱
۳	چین	۲	۹/۵
۴	هند	۲	۸/۱
۵	بلژیک	۲	۶/۶
۶	پاکستان	۱	۵/۵

جمع کل واردات لبنان: ۲۴ میلیون دلار

www.trademap.org

۴-۴. مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن

مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از آن، چهارمین گروه کالایی صادراتی ایران به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی است. کشورهای عربستان، چین، ایتالیا، آلمان، تایوان و

ترکیه به ترتیب جایگاه‌های اول تا ششم را در صادرات این محصولات به لبنان در اختیار دارند. این شش کشور در مجموع بیش از پنجاه درصد از صادرات این گروه کالایی به بازار لبنان را به خود اختصاص داده‌اند.

سهم صادرات ایران به لبنان در این گروه کالایی، ۰/۵ درصد و ارزش صادرات آن در حدود ۲/۳ میلیون دلار است که رتبه ۲۷ را در این گروه کالایی به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۴۱ مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد در بازار لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۴۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	عربستان	۸۲	۱۷/۴
۲	چین	۴۵	۹/۶
۳	ایتالیا	۳۵	۷/۴
۴	آلمان	۳۰	۶/۴
۵	تایوان	۲۵	۵/۲
۶	ترکیه	۲۱	۴/۵

جمع کل واردات لبنان: ۴۷۲ میلیون دلار

www.trademap.org

۴-۵. سایر محصولات

با این حال صادرات ایران به لبنان در دیگر گروه‌های کالایی، به ویژه بیست گروه کالایی اول از حجم بالا و قابل توجهی برخوردار نیست. ولی ایران در بیشتر این گروه‌های کالایی، برتری‌های نسبی و پتانسیل‌ها و قابلیت‌های مناسب برای صادرات در سال‌های آتی را داراست. ایران با تدوین برنامه صادراتی مدون و اجرایی مناسب، می‌تواند سهم صادرات خود در کالاهایی مانند ماهی‌ها و قشرداران، فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، محصولات شیمیایی آل و مس و مصنوعات از مس را به لبنان بهبود بخشد.

جداول شماره‌ی ۴۲ تا ۵۷ مهم‌ترین رقبا در تامین سایر گروه‌های کالایی صادراتی ایران به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۴۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین ماهی‌ها و قشرداران، صدف‌داران و سایر آبزیان بدون ستون فقرات در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	ترکیه	۱۱	۲۲/۳
۲	ویتنام	۱۰	۱۹/۷
۳	انگلیس	۵	۱۰/۷
۴	مصر	۲	۴/۶
۵	ایران	۲	۳/۷
۶	نروژ	۲	۳/۵
جمع کل واردات لبنان: ۵۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نان‌های شیری در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	فرانسه	۱۷	۱۴/۳
۲	ایتالیا	۱۳	۱۱/۱
۳	ترکیه	۱۲	۹/۷
۴	عربستان	۹	۷/۳
۵	بلژیک	۸	۶/۷
۶	انگلیس	۷	۵/۵
جمع کل واردات لبنان: ۱۲۲ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۴۴: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین فرآورده‌های خوراکی گوناگون در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	آمریکا	۱۰	۹/۴
۲	فرانسه	۹	۸/۳
۳	مصر	۹	۸/۲
۴	اسپانیا	۸	۷/۷
۵	ترکیه	۸	۷/۳
۶	تایلند	۸	۶/۹
جمع کل واردات لبنان: ۱۰۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۵: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات شیمیایی آلی در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	چین	۱۰	۱۵/۵
۲	آلمان	۷	۱۱/۲
۳	آمریکا	۵	۸/۱
۴	اسپانیا	۵	۷/۲
۵	ژاپن	۵	۶/۹
۶	بلژیک	۴	۵/۸
جمع کل واردات لبنان: ۶۶ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۴۶: مهم ترین رقبای موجود در تامین سوخت‌های معدنی و نفت خام در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	آمریکا	۹۷۱	۲۳/۸
۲	فرانسه	۷۲۲	۱۷/۷
۳	کویت	۴۶۰	۱۱/۳
۴	ایتالیا	۳۷۸	۹/۳
۵	روسیه	۲۶۹	۶/۶
۶	ترکیه	۲۵۶	۶/۳
جمع کل واردات لبنان: ۴,۰۷۷ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۷: مهم ترین رقبای موجود در تامین مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	ایتالیا	۱۱	۱۸/۴
۲	چین	۹	۱۵/۴
۳	ترکیه	۸	۱۳/۵
۴	عربستان	۶	۱۰/۹
۵	هند	۴	۷/۵
۶	اسپانیا	۴	۶/۴
جمع کل واردات لبنان: ۵۸ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۴۸: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	چین	۱۸۶	۲۴/۹
۲	انگلیس	۹۸	۱۳/۲
۳	فرانسه	۵۲	۷
۴	آمریکا	۵۱	۶/۹
۵	ایتالیا	۴۴	۶
۶	مالزی	۴۳	۵/۷
جمع کل واردات لبنان: ۷۴۶ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۴۹: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین مس و مصنوعات از مس در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	مصر	۵۰	۵۰/۷
۲	فرانسه	۱۶	۱۶/۱
۳	یونان	۱۰	۱۰
۴	چین	۶	۶/۴
۵	ترکیه	۴	۴/۱
۶	ایتالیا	۳	۳/۲
جمع کل واردات لبنان: ۹۹ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۵۰: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین نمک، گوگرد، خاک و سنگ، گچ، آهک و سیمان در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	سوریه	۸۶	۴۳/۱
۲	روسیه	۴۴	۲۲
۳	عربستان	۱۶	۸/۱
۴	عراق	۱۲	۶/۲
۵	ایتالیا	۹	۴/۸
۶	ترکیه	۹	۴/۵
جمع کل واردات لبنان: ۱۹۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۱: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین شیشه و مصنوعات شیشه‌ای در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	چین	۳۳	۳۴/۶
۲	فرانسه	۸	۸
۳	کویت	۷	۷/۷
۴	ترکیه	۶	۶/۹
۵	عربستان	۵	۵/۸
۶	ایتالیا	۵	۵/۶
جمع کل واردات لبنان: ۹۵ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۵۲: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین دیگ‌های بخار و آبگرم در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	چین	۲۲۶	۲۴
۲	آلمان	۱۱۹	۱۲/۶
۳	ایتالیا	۱۱۲	۱۱/۹
۴	آمریکا	۹۹	۱۰/۵
۵	انگلستان	۵۸	۶/۲
۶	فرانسه	۳۳	۳/۵
جمع کل واردات لبنان: ۹۴۲ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۳: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین قند و شکر و شیرینی در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	امارات	۲۱	۲۵/۴
۲	برزیل	۱۹	۲۲/۲
۳	تایلند	۶	۷/۶
۴	عربستان	۶	۷/۲
۵	فرانسه	۵	۵/۹
۶	ترکیه	۴	۴/۴
جمع کل واردات لبنان: ۸۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۴: مهم ترین رقبای موجود در تامین نوشابه‌ها، آبگون‌های الکلی و سرکه در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	مناطق تعیین نشده	۴۹	۳۹/۶
۲	انگلیس	۲۹	۲۳/۱
۳	فرانسه	۱۱	۸/۸
۴	عربستان	۷	۵/۲
۵	اتریش	۵	۴/۲
۶	آلمان	۳	۲/۷
جمع کل واردات لبنان: ۱۲۵ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۵: مهم ترین رقبای موجود در تامین محصولات دارویی در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	فرانسه	۱۲۱	۱۷/۵
۲	آلمان	۱۰۰	۱۴/۴
۳	سوئیس	۷۶	۱۱
۴	انگلیس	۵۸	۸/۳
۵	آمریکا	۵۱	۷/۳
۶	ایتالیا	۴۳	۶/۳
جمع کل واردات لبنان: ۶۹۲ میلیون دلار			

www.trademap.org



جدول ۵۶: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین محصولات حاصل از نشاسته یا فکول تغییر یافته، چسب‌ها، آنزیم‌ها در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	ایتالیا	۳	۱۵/۱
۲	عربستان	۲	۱۰/۷
۳	آلمان	۲	۹/۴
۴	چین	۱	۷/۵
۵	ترکیه	۱	۶/۳
۶	آمریکا	۱	۵/۸
جمع کل واردات لبنان : ۱۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

جدول ۵۷: مهم‌ترین رقبای موجود در تامین کتاب، روزنامه و تصویر در بازار لبنان (سال ۲۰۰۸)

ردیف	مهم‌ترین رقبای موجود	ارزش صادرات کالا به لبنان (میلیون دلار)	سهم کشور از کل بازار کالا در لبنان (درصد)
۱	فرانسه	۱۴	۲۳/۳
۲	آمریکا	۱۱	۱۹/۱
۳	انگلیس	۸	۱۳/۶
۴	آلمان	۵	۸/۸
۵	اتریش	۵	۷/۹
۶	مناطق نامعین	۴	۶
جمع کل واردات لبنان : ۵۹ میلیون دلار			

www.trademap.org

۵. واردات ایران از لبنان

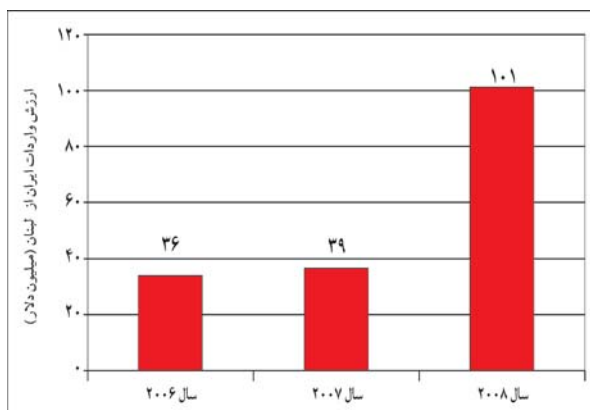
واردات ایران از لبنان در سال ۲۰۰۶ میلادی برابر با ۳۶ میلیون دلار بوده است. این میزان واردات در سال ۲۰۰۷ میلادی به ۳۹ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۸ میلادی به ۱۰۱ میلیون دلار افزایش یافته است. ارزش واردات ایران از لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی نسبت به سال پیش از آن، با رشدی به میزان ۱۵۹ درصد همراه بوده است. جدول شماره ۴ ارزش واردات ایران از لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۵۸: ارزش واردات ایران از لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

سال	ارزش واردات	نرخ رشد (درصد)
۲۰۰۶	۳۶	-
۲۰۰۷	۳۹	+۸
۲۰۰۸	۱۰۱	+۱۵۹

www.trademap.org

نمودار شماره ۴ ارزش واردات ایران از لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۴: ارزش واردات ایران از لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)



اقدام وارداتی ایران از لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی شامل ۲۹ گروه کالایی و در مجموع سه سال گذشته شامل ۴۷ گروه کالایی می‌شود. جدول شماره‌ی ۵۹ ترکیب اقلام وارداتی ایران از لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی را نشان می‌دهد.

جدول ۵۹: ترکیب اقلام وارداتی ایران از لبنان طی دوره ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند واردات
	کل محصولات	-	۳۶	۳۹	۱۰۱	افزایشی
۱	کودهای شیمیایی	۳۱	۳۳	۳۶	۹۲	افزایشی
۲	ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزا و قطعات آنها	۸۵	۰/۳۳	۰/۲۹	۴	نامنظم
۳	کتاب، روزنامه و تصویر	۴۹	۰/۴۶	۰/۴۷	۲	افزایشی
۴	دیگ‌های بخار و آبگرم	۸۴	۰/۴۲	۰/۱۷	۰/۵	نامنظم
۵	کاغذ و مقوا؛ اشیای ساخته‌شده از خمیر کاغذ، از کاغذ یا از مقوا	۴۸	۰/۱۶	۰/۰۰۸	۰/۴۹	نامنظم
۶	سرب و مصنوعات از سرب	۷۸	۰/۵۹	۰/۹۶	۰/۳۹	نامنظم
۷	مواد پلاستیکی و اشیای ساخته شده از این مواد	۳۹	۰/۱۳	۰/۱۳	۰/۳۸	افزایشی
۸	محصولات صنعت آردسازی، مالت و نشاسته	۱۱	۰	۰	۰/۳۱	افزایشی
۹	کائوچو و اشیای ساخته شده از کائوچو	۴۰	۰/۰۲	۰/۱	۰/۱۱	افزایشی
۱۰	فرش و دیگر کفپوش‌ها از مواد نسجی	۵۷	۰/۱۲	۰/۰۲	۰/۱۱	نامنظم
۱۱	الیاف سنتتیک یا مصنوعی غیریکسره	۵۵	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۰۹	نامنظم
۱۲	مصنوعات از چدن، آهن یا فولاد	۷۳	۰/۰۲	۰	۰/۰۹	نامنظم
۱۳	روغن‌های اسانسی و شبه رزین‌ها (رزینویدها)	۳۳	۰/۰۳	۰/۰۳	۰/۰۸	افزایشی
۱۴	ابزارها، ابزارآلات، مصنوعات چاقوسازی، قاشق و چنگال	۸۲	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۰۷	افزایشی

ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند واردات
۱۵	فرآورده‌های غلات، آرد، نشاسته، فکول یا شیر، نان‌های شیرینی	۱۹	۰/۰۲	۰	۰/۰۷	نامنظم
۱۶	مبل؛ مبل‌های طبی - جراحی؛ اسباب تختخواب و همانند	۹۴	۰/۰۴	۰/۰۴	۰/۰۵	افزایشی
۱۷	عصاره‌های دباغی یا رنگرزی، تانن‌ها و مشتقات آنها	۳۲	۰	۰/۰۷	۰/۰۴	نامنظم
۱۸	پارچه‌های کشباف یا قلاباف	۶۰	۰	۰/۰۳	۰/۰۳	افزایشی
۱۹	محصولات حاصل از نشاسته یا فکول تغییر یافته، چسب‌ها و آزیم‌ها	۳۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	۰/۰۲	نامنظم
۲۰	آلات و دستگاه‌های اپتیک، عکاسی و سینماتوگرافی	۹۰	۰/۰۰۷	۰	۰/۰۲	نامنظم
۲۱	وسایل نقلیه زمینی غیر از نواقل روی خط راه‌آهن یا تراموا	۸۷	۰/۰۲	۰/۰۰۴	۰/۰۲	نامنظم
۲۲	پوست خام (غیر از پوست‌های نرم) و چرم	۴۱	۰	۰/۰۰۵	۰/۰۲	افزایشی
۲۳	پارچه‌های تار و بودباف مخصوص و پارچه‌های نسجی منگوله‌بافت	۵۸	۰/۰۰۱	۰/۰۱	۰/۰۰۶	نامنظم
۲۴	محصولات عکاسی و سینماتوگرافی	۳۷	۰	۰	۰/۰۰۵	افزایشی
۲۵	سایر اشیای نسجی دوخته و مهیا	۶۳	۰/۰۸	۰	۰/۰۰۴	نامنظم
۲۶	محصولات شیمیایی غیر آلی، ترکیبات آلی یا غیر آلی فلزات گرانبها	۲۸	۰	۰	۰/۰۰۴	افزایشی
۲۷	صابون، فرآورده‌ها برای شستشو و فرآورده‌های روان کننده	۳۴	۰/۰۰۱	۰/۰۶	۰/۰۰۱	نامنظم
۲۸	اشیای ساخته شده از چرم؛ مصنوعات زین و برگ‌سازی؛ لوازم سفر	۴۲	۰	۰/۰۲	۰/۰۰۱	نامنظم
۲۹	شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۷۰	۰/۰۰۵	۰	۰/۰۰۱	نامنظم
۳۰	مروارید طبیعی یا پرورده، سنگ‌های گرانبها یا نیمه گرانبها	۷۱	۰	۰/۰۲	۰	نامنظم

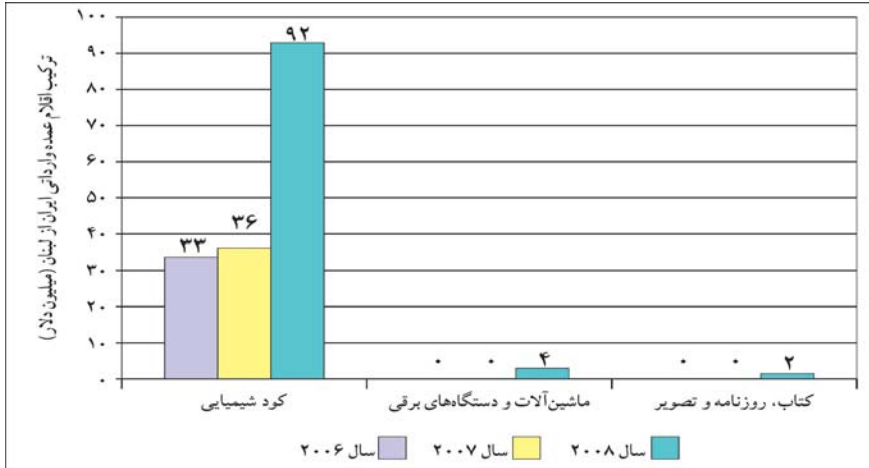


ردیف	نام محصول	فصل تعرفه	۲۰۰۶	۲۰۰۷	۲۰۰۸	روند واردات
۳۱	چدن، آهن و فولاد	۷۲	۰/۰۰۳	۰	۰	کاهشی
۳۲	مصنوعات گوناگون از فلزات معمولی	۸۳	۰/۰۰۷	۰	۰	کاهشی
۳۳	اشیای صنعت ساعت‌سازی	۹۱	۰/۰۰۲	۰	۰	کاهشی
۳۴	اشیای هنری، اشیای کلکسیون یا عتیقه	۹۷	۰/۰۰۱	۰	۰	کاهشی
۳۵	کالاهای بسته‌بندی نشده (سایر کالاها)	۹۹	۰/۰۰۱	۰/۰۳	۰	نامنظم
۳۶	چوب و اشیای چوبی و زغال چوب	۴۴	۰/۰۲	۰	۰	کاهشی
۳۷	محصولات گوناگون شیمیایی	۳۸	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰	نامنظم
۳۸	پنبه	۵۲	۰	۰/۰۳	۰	نامنظم
۳۹	کفش، گتر و اشیای همانند، اجزای این اشیا	۶۴	۰	۰/۰۲	۰	نامنظم
۴۰	پر و پر نرم آماده و اشیای ساخته‌شده از پر یا از پر نرم	۶۷	۰	۰/۰۰۱	۰	نامنظم
۴۱	مصنوعات از سنگ، گچ، سیمان، پنبه‌نسوز (Asbestos)، میکا یا از مواد همانند	۶۸	۰/۰۰۲	۰	۰	کاهشی
۴۲	لباس و متفرعات لباس، کشفاف یا قلاب‌باف	۶۱	۰	۰/۰۴	۰	نامنظم
۴۳	لباس و متفرعات لباس، غیرکشفاف یا غیرقلاب‌باف	۶۲	۰	۰/۰۶	۰	نامنظم
۴۴	آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۷۶	۰/۰۰۲	۰/۰۴	۰	نامنظم
۴۵	فرآورده‌های خوراکی گوناگون	۲۱	۰	۰/۰۷	۰	نامنظم
۴۶	گوشت و احشای خوراکی	۰۲	۰	۰/۰۴	۰	نامنظم
۴۷	قهوه، چای ماته و ادویه	۰۹	۰/۰۰۹	۰	۰	کاهشی

www.trademap.org

نمودار شماره ۵ ترکیب اقلام مهم وارداتی ایران از لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸

میلادی را نشان می‌دهد.



نمودار ۵: ترکیب اقلام وارداتی ایران از لبنان طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۸ میلادی (میلیون دلار)

۶. اجلاس‌های اقتصادی و تجاری مشترک

اجلاس کمیسیون مشترک همکاری‌های اقتصادی بین ایران و لبنان، بالاترین نشست مشترک اقتصادی دو کشور است. بررسی موانع و مشکلات و ترسیم روند گسترش مناسبات، از مهم‌ترین وظایف این نشست است.

اجلاس کمیسیون مشترک همکاری‌های اقتصادی و بازرگانی ایران و لبنان با مسوولیت وزارت مسکن ایران، به صورت مرتب از سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۷۹ شمسی در پایتخت‌های دو کشور برگزار شد. اما برگزاری این اجلاس، برای هشت سال متوقف بوده است. پس از هشت سال، پنجمین اجلاس در سال ۱۳۸۷ در بیروت برگزار شد.

جدول شماره‌ی ۶۰ تاریخ و محل برگزاری اجلاس‌های مشترک دو کشور را نشان می‌دهد.



جدول ۶۰: تاریخ و محل برگزاری اجلاس‌های کمیسیون مشترک اقتصادی و بازرگانی ایران و لبنان

ردیف	نام اجلاس	تاریخ	محل برگزاری
۱	اولین اجلاس کمیسیون مشترک	آبان ۱۳۷۶	تهران
۲	دومین اجلاس کمیسیون مشترک	مهر ۱۳۷۷	بیروت
۳	سومین اجلاس کمیسیون مشترک	بهمن ۱۳۷۸	تهران
۴	چهارمین اجلاس کمیسیون مشترک	اسفند ۱۳۷۹	بیروت
۵	پنجمین اجلاس کمیسیون مشترک	اسفند ۱۳۸۷	بیروت

www.tpo.ir

۷. موافقت‌نامه‌های تجاری و یادداشت تفاهم‌های همکاری

مهم‌ترین موافقت‌نامه‌ها و یادداشت تفاهم‌های همکاری امضا شده میان دو کشور ایران و لبنان عبارتند از:

- ❖ موافقت‌نامه بازرگانی.
- ❖ موافقت‌نامه تشویق و حمایت متقابل از سرمایه‌گذاری خارجی.
- ❖ موافقت‌نامه پرهیز از دریافت مالیات مضاعف.
- ❖ یادداشت تفاهم در مورد همکاری دوجانبه در مسایل گمرکی.
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری نمایشگاهی.
- ❖ موافقت‌نامه اعتبار مالی پنجاه میلیون دلاری بانک توسعه صادرات ایران به دولت لبنان.
- ❖ موافقت‌نامه تاسیس شورای مشترک تجاری میان اتاق بازرگانی ایران و اتحادیه اتاق بازرگانی لبنان.
- ❖ یادداشت تفاهم ایجاد کمیته مشترک به منظور آزادسازی تجاری.
- ❖ موافقت‌نامه کشتیرانی تجاری - دریایی.
- ❖ موافقت‌نامه حمل‌ونقل هوایی.

- ❖ موافقت‌نامه حمل‌ونقل زمینی.
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری میان موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی دو کشور.
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری وزارت کار دو کشور.
- ❖ یادداشت تفاهم میان وزارت جهاد کشاورزی ایران و وزارت کشاورزی لبنان.
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری وزارت صنایع ایران و لبنان.
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری جهانگردی.
- ❖ یادداشت تفاهم مالی و اعتباری.
- ❖ یادداشت تفاهم بین جمعیت هلال احمر ایران و وزارت بهداشت لبنان.
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری در زمینه‌ی جوانان.
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری زیست محیطی میان وزارت محیط زیست لبنان و سازمان حفاظت محیط زیست ایران.
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری‌های تبلیغاتی رسانه‌ای.
- ❖ یادداشت تفاهم همکاری‌های علمی، پژوهشی و فناوری.

۸. دیدارهای متقابل مقامات بلندپایه

مهم‌ترین دیدارهای متقابل مقامات بلندپایه دو کشور ایران و لبنان شامل موارد زیر می‌شود:

- ❖ اعزام و پذیرش هیات‌های اقتصادی و بازرگانی در چارچوب اجلاس‌های کمیسیون مشترک.
- ❖ سفر نخست‌وزیر لبنان و هیات همراه به ایران.
- ❖ سفر وزیر مسکن و شهرسازی و هیات همراه به لبنان.
- ❖ سفر وزیر بازرگانی ایران به لبنان.
- ❖ سفر رئیس‌جمهور لبنان و چند تن از وزرای اقتصادی به ایران.
- ❖ مهم‌ترین برنامه‌های اجرایی شده در چارچوب روابط دوجانبه عبارتند از:
- ❖ همکاری در پروژه‌های عمرانی از جمله در زمینه نیروگاه، کشتارگاه صنعتی،

راه‌سازی و فاضلاب.

- ❖ برپایی هجده نمایشگاه اختصاصی ایران در لبنان.
- ❖ برخی از برنامه‌های پیش روی روابط ایران و لبنان نیز عبارتند از:
- ❖ پیگیری و نهایی نمودن موافقت‌نامه تجارت ترجیحی میان دو کشور.
- ❖ فعال نمودن شورای مشترک بازرگانی ایران و لبنان.
- ❖ اجرای پروژه‌های زیربنایی در لبنان با توجه به اعطای اعتبار پنجاه میلیون دلاری به این کشور.
- ❖ استفاده از شبکه بازرگانان و شرکت‌های تجاری لبنان برای صدور کالا به آفریقا و آمریکای جنوبی.
- ❖ تاسیس مرکز تجاری در لبنان.

۹. فعالیت‌های نمایشگاهی و هیات‌های تجاری

حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، ابزار موثری برای معرفی و بازاریابی محصولات ایرانی در بازارهای جهانی است. این اقدام می‌تواند راهکار مطلوبی برای بازاریابی کالاهای ایرانی در بازار لبنان باشد. با توجه به اهمیت آگاهی‌رسانی و تبلیغات درباره‌ی کالاها، توانمندی‌ها و پتانسیل‌های ایران، هیات‌های تجاری مختلفی بین دو کشور مبادله شده است.

بر اساس برنامه‌ریزی‌هایی که سازمان توسعه تجارت و سازمان‌های بازرگانی استان‌ها انجام داده‌اند، شرکت‌ها و تجار ایرانی تنها در یک نمایشگاه بین‌المللی در سال ۱۳۸۸ شمسی شرکت کرده‌اند. جدول شماره‌ی ۶۱، جزییات این نمایشگاه را نشان می‌دهد.

جدول ۶۱: نمایشگاه کشور لبنان که شرکت‌ها و تجار ایرانی در آن حضور داشته‌اند (۱۳۸۸ شمسی)

ردیف	عنوان نمایشگاه	محل برگزاری	تاریخ برگزاری	مجری
۱	نمایشگاه بین‌المللی پروژه	بیروت	خردادماه ۱۳۸۸	شرکت نوژن راد

بر اساس اطلاعات سازمان توسعه تجارت و شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران و بر اساس برنامه‌ریزی‌هایی که این مجموعه‌ها و سازمان‌های بازرگانی استان‌ها کرده‌اند، تنها یک هیات تجاری ایران در سال ۱۳۸۸ از کشور لبنان بازدید کرده است. جدول شماره‌ی ۶۲ مشخصات و تاریخ اعزام این هیات تجاری را نشان می‌دهد.

جدول ۶۲: هیات‌های تجاری اعزام شده به لبنان طی سال ۱۳۸۸

ردیف	محل اعزام	تاریخ اعزام	مجری
۱	لبنان	مرداد ۱۳۸۸	اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران

www.tpo.ir

۸-۱. پیشنهاد مشارکت شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های لبنان

بر اساس تجارب حضور ایران در نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی، کالاهای صادراتی ایران به لبنان و توانمندی‌های موجود در کشورمان، پیشنهاد می‌شود که در سال‌های آینده، افزون بر برگزاری همایش‌ها و سمینارهای مشترک اقتصادی و بازرگانی میان دو کشور، برنامه‌ریزی مناسبی برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی زیر در کشور لبنان فراهم شود.

- ❖ نمایشگاه بین‌المللی تکنولوژی و مصالح ساختمانی بیروت.
- ❖ نمایشگاه کالاهای لوکس خاورمیانه در بیروت.
- ❖ نمایشگاه انرژی‌های نو در بیروت.
- ❖ نمایشگاه هنرهای DECO در بیروت.
- ❖ نمایشگاه اختصاصی کالاهای ایرانی.

۸-۲. زمان‌های مناسب برای اعزام هیات تجاری به لبنان

به دلیل آب و هوای مدیترانه‌ای لبنان، این کشور تابستان نه چندان گرم و زمستان نه چندان سردی دارد و به راحتی می‌توان حتی در مردادماه در ارتفاعات اطراف بیروت اسکی کرد. بنابراین در همه‌ی فصول می‌توان از این کشور بازدید کرد. یکی از محورهای جذب



گردشگر این کشور در فصل زمستان، پیست‌های اسکی و دهکده‌های ورزشی است و در این راه امکانات بسیاری نیز فراهم شده است.

بنابراین بهترین زمان برای اعزام هیات‌های تجاری و بازاریابی به لبنان، از دیدگاه آب و هوایی وجود ندارد. با این حال، می‌توان برخی از ماه‌های سال مانند شهریور، مهر، آبان و آذر را، زمان‌های مناسب‌تری برای اعزام هیات تجاری به لبنان دانست.





فصل هفتم

زیرساخت‌های صادراتی و راهکارهای بازاریابی

در این فصل زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های موجود در کشور برای صادرات محصولات به لبنان و راهکارهای بازاریابی ایران برای حضور در این کشور بررسی می‌شود. بررسی وضعیت خطوط جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی، روابط و مبادلات بانکی، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش رو در بازار لبنان و پیشنهادهای راهکارهای اجرایی برای بازاریابی در این کشور، مهم‌ترین موضوعات مورد بررسی هستند.

۱. زیرساخت‌های حمل و نقل

در این بخش وضعیت خطوط جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی موجود میان دو کشور، به عنوان زیرساخت‌های کلیدی جهت ارسال کالا و محموله‌های تجاری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۱. جاده‌ای

با وجود این که راه جاده‌ای میان دو کشور بسته نیست، ولی به دلیل دوری مسافت، هم‌اکنون کالاهای دادوستد شده میان ایران و لبنان، کمتر از راه زمینی حمل می‌شود. در واقع راه اصلی میان ایران و لبنان از عراق و اردن می‌گذرد که به جهت شرایط نامناسب کشور عراق، این مسیر قابل اتکا نیست. راه دیگر مسیر کشورهای ترکیه و سوریه است که ایران و لبنان را به هم متصل می‌کند و مسیر دور و درازی است. به همین جهت، بیشتر ترانزیت کالایی میان دو کشور از راه دریایی انجام می‌شود.

۱-۲. ریلی

ایران و لبنان هر دو از ترانزیت ریلی درون خاک خود و با کشورهای همسایه استفاده می‌کنند. ولی هم‌اکنون خطوط ریلی دو کشور به هم متصل نشده است و امکان ترانزیت

کالایی میان ایران و لبنان با استفاده از قطار وجود ندارد.

شکل روبرو نقشه‌ی خطوط ریلی لبنان را نشان می‌دهد



۱-۳. دریایی

راه دریایی یکی از کانال‌های مهم ارتباط میان ایران و لبنان به ویژه در زمینه‌ی بازرگانی است. شبکه‌ی جهانی کشتی‌رانی ایران، کالاهای کانتینری به مقصد کشور لبنان را از راه خطوط دریایی و بنادر منطقه‌ی خلیج فارس و دریای سرخ جابجا می‌کند. بیروت و طرابلس مهم‌ترین بنادر لبنان در زمینه صادرات، واردات و ترانزیت کالا هستند.

هم‌اکنون بنادر جنوبی ایران که در ترانزیت بین‌المللی کالا به کشورهای مختلف جهان از جمله لبنان فعالیت دارند، شامل موارد زیر می‌شوند:

❖ بندر ماهشهر (بندر امام خمینی).

❖ بندر بوشهر.

❖ بندر خرمشهر.

❖ بندر شهید باهنر.

❖ بندر آبادان.

❖ بندر عسلویه.

❖ بندر شهید رجایی.

❖ بندر چابهار.

۱-۴. هوایی

میان فرودگاه‌های ایران و لبنان پرواز مستقیم وجود دارد. در حال حاضر شرکت هواپیمایی ایران‌ایر دو پرواز در روزهای دوشنبه و چهارشنبه‌ی هر هفته به صورت مستقیم در مسیر تهران- بیروت دارد.

پروازهای برگشت نیز در همان روزها انجام می‌شود.



۲. روابط بانکی

در سال‌های گذشته روابط بانکی مستقیمی میان بانک‌های ایران و لبنان وجود داشته است. بر اساس اطلاعاتی که صندوق ضمانت صادرات ایران ارائه کرده، چهار بانک موجود در جدول شماره ۶۳، بانک‌های مورد پذیرش ایران برای فعالیت‌های اقتصادی و مبادلات مالی در لبنان هستند. بدیهی است که بانک‌های نام برده شده در این جدول، بانک‌هایی هستند که برای پوشش ریسک معاملات تا سقف معین، مورد پذیرش صندوق هستند. ولی این امر ارتباط کارگزاری و بین بانکی بانک‌های ایرانی با دیگر بانک‌های لبنانی را محدود نخواهد کرد.

جدول ۶۳: بانک‌های لبنانی مورد قبول صندوق ضمانت صادرات ایران

رتبه	نام بانک	ردیف
D	Bank Audi SAL - Audi Saradar Group	۱
D	Bankmed, SAL	۲
D	Byblos Bank S.A.L	۳
D	Fransabank sal	۴

www.egfi.org

۳. تحلیل راهبردی

یکی از مدل‌های اصلی برای تحلیل، ارزیابی و انتخاب راهبرد، مدل تجزیه و تحلیل SWOT است. در این مدل بر اساس یک الگوی منطقی، ابتدا نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی توسعه روابط تجاری ایران و لبنان شناسایی شده و سپس متناسب با موقعیت کنونی راهبردهایی برای تعامل با وضعیت موجود با هدف رشد مبادلات تجاری، به ویژه صادرات ایران به لبنان پیشنهاد می‌شود.

۳-۱. زمینه‌ها و دلایل انتخاب راهبردها

راهبردهای پیشنهادی برای توسعه صادرات محصولات ایران به لبنان بر اساس زمینه‌ها و دلایل زیر انتخاب و معرفی شده‌اند:

❖ سند چشم‌انداز بیست‌ساله و برنامه‌ی پنج ساله چهارم توسعه کشور.



- ❖ رسالت یا ماموریت‌های سازمان توسعه تجارت.
 - ❖ چشم‌انداز توسعه صادرات غیرنفتی کشور.
 - ❖ اهداف راهبردی توسعه صادرات ایران به کشورهای منطقه.
 - ❖ پیشینه‌ی روابط اقتصادی و بازرگانی ایران و لبنان در سال‌های گذشته.
 - ❖ نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی توسعه‌ی صادرات ایران به لبنان.
- جدول شماره‌ی ۶۴، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه‌ی صادرات ایران به لبنان را با استفاده از مدل تحلیل SWOT نشان می‌دهد.
- جدول ۶۴: نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردهای پیشنهادی برای توسعه‌ی صادرات ایران به لبنان**

<p>0۱: وجود روابط بلندمدت تجاری و اقتصادی دوستانه بین دو کشور.</p> <p>0۲: امکان بهره‌گیری از لبنان به عنوان دروازه ورود به بازار کشورهای اروپایی.</p> <p>0۳: تقویت و ارتقای روابط سیاسی و اقتصادی ایران با لبنان.</p> <p>0۴: دسترسی ایران و لبنان به آب‌های آزاد و مزیت‌های ترانزیتی.</p> <p>0۵: امضای موافقت‌نامه بازرگانی میان دو کشور.</p>	فرصت‌ها (O)
<p>T۱: عدم وجود ظرفیت کافی برای تخلیه و بارگیری در برخی از بنادر لبنان برای محصولات پتروشیمی وارداتی از ایران.</p> <p>T۲: عدم وجود موافقت‌نامه تجارت آزاد میان دو کشور.</p> <p>T۳: عدم وجود موافقت‌نامه تجارت ترجیحی میان دو کشور.</p> <p>T۴: شناخت ناکافی نسبت به امکانات و ظرفیت‌های همکاری مشترک.</p> <p>T۵: اندازه‌ی کوچک بازار لبنان.</p> <p>T۶: مشکل حمل و نقل کالا تا بنادر لبنان و بعد مسافت.</p> <p>T۷: بروز بحران سیاسی در لبنان و معوق ماندن برنامه‌های همکاری دو کشور.</p> <p>T۸: وجود ترجیحات تجاری میان لبنان و کشورهای عربی و اروپایی.</p>	تهدیدها (T)



<p>S۱: توجه ویژه‌ی دولت به گسترش صادرات غیرنفتی در تدوین چشم‌انداز بیست‌ساله و برنامه‌ی پنجم توسعه کشور.</p> <p>S۲: وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مناسب در تولید نفت خام، فرآورده‌های پتروشیمی، میوه، مواد پلاستیکی، محصولات شیمیایی آلی و خودروی مورد نیاز بازار لبنان.</p> <p>S۳: حضور رایزن بازرگانی ایران در آفریقای جنوبی.</p> <p>S۴: ارایه سیاست‌های حمایتی از صادرکنندگان از طریق پرداخت یارانه و جوایز صادراتی.</p> <p>S۵: اعطای اعتبار پنجاه میلیون دلاری بانک توسعه صادرات ایران به لبنان.</p> <p>S۶: امضای موافقت‌نامه پرهیز از دریافت مالیات مضاعف میان دو کشور.</p>	<p>نقاط قوت (S)</p>
<p>W۱: عدم تنوع در مبادلات تجاری دو کشور.</p> <p>W۲: عدم وجود مرکز تجاری ایران در لبنان جهت راهنمایی و ارایه‌ی خدمات اطلاعاتی و بازرگانی به تجار و سرمایه‌گذاران ایرانی.</p> <p>W۳: عدم آگاهی و شناخت کامل به کلیه نیازها و سلیقه‌ی بازار لبنان.</p> <p>W۴: عدم برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی برای بسیاری از کالاهای ایرانی در لبنان.</p> <p>W۵: فعال نبودن اتاق مشترک بازرگانی میان دو کشور.</p> <p>W۶: عدم حضور فعال بخش خصوصی ایران در فعالیت‌های اقتصادی کشور لبنان علی‌رغم حاکمیت اقتصاد آزاد در این کشور.</p>	<p>نقاط ضعف (W)</p>
<p>بهره‌گیری از توانمندی‌های صادراتی کشور برای صادرات محصولات مورد نیاز کشور لبنان مانند نفت خام، میوه، مواد پلاستیکی، محصولات شیمیایی آلی و خودرو.</p> <p>امضای موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد دوجانبه بین ایران و لبنان.</p> <p>حمایت از تشکل‌های صادراتی برای دسترسی به بازار لبنان.</p> <p>امضای موافقت‌نامه ترجیحات تجاری جهت ایجاد شرایط مطلوب‌تر برای فعالان اقتصادی دو کشور.</p> <p>فعال کردن اعتبار خریدار و اعتبار صادراتی برای تجار دو کشور.</p>	<p>راهبردهای SO</p>

راهنمادهای
ST

- ❖ تلاش برای بهره‌گیری و گسترش موافقت‌نامه‌های تجاری میان دو کشور.
- ❖ تقویت جایگاه کالاهای ایرانی در ذهن مشتریان لبنانی از راه تبلیغات.
- ❖ برگزاری بیشتر نمایشگاه‌های تخصصی کالاهای ایرانی در لبنان برای افزایش نگاه مثبت به محصولات ایرانی.
- ❖ شناسایی کالاهای مزیت‌دار داخلی مورد نیاز بازار لبنان برای گسترش بازار و تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی ایران.
- ❖ اجرای پروژه‌های زیربنایی در لبنان با توجه به اعطای اعتبار پنجاه میلیون دلاری به این کشور.

راهنمادهای
WO

- ❖ تدوین برنامه‌ی فراگیر بازاریابی و تبلیغات در رسانه‌های جمعی لبنان برای افزایش شناخت کالاهای ایرانی در بین مصرف‌کنندگان لبنانی.
- ❖ ایجاد مرکز تجاری ایران در شهر بیروت.

راهنمادهای
WT

- ❖ تلاش برای تقویت روابط بانکی و بیمه‌ای موجود میان دو کشور.
- ❖ ارایه‌ی تسهیلات به بازرگانان لبنانی برای حضور در بازار و نمایشگاه‌های ایران.
- ❖ تقویت خطوط دریایی و هوایی بین دو کشور برای افزایش مبادلات تجاری دو جانبه.

راهنمادهای
ترکیبی
SWOT

- ❖ راه‌اندازی مرکز تجاری ایران در لبنان.
- ❖ انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و لبنان.
- ❖ تقویت خطوط دریایی و هوایی میان دو کشور.
- ❖ تقویت روابط بانکی و تاسیس بانک مشترک برای تامین مالی صادرات و سرمایه‌گذاری میان دو کشور.
- ❖ افزایش تبلیغات کالاهای ایرانی در رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون و مطبوعات لبنان.



۲-۳. راهبردهای پیشنهادی جهت توسعه صادرات

با بررسی جدول شماره‌ی ۶۷ راهبردها به‌طور خلاصه، در دو بخش راهبردهای ترکیبی و راهبردهای مرتبط با هر موقعیت، به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

۱-۲-۳. راهبردهای ترکیبی

راهبردهای ترکیبی توسعه‌ی صادرات ایران به لبنان عبارتند از:

- ❖ راه‌اندازی مرکز تجاری ایران در لبنان.
- ❖ انعقاد موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد و تجارت ترجیحی میان ایران و لبنان.
- ❖ تقویت خطوط دریایی و هوایی میان دو کشور.
- ❖ تقویت روابط بانکی و تاسیس بانک مشترک برای تامین مالی صادرات و سرمایه‌گذاری میان دو کشور.
- ❖ افزایش تبلیغات کالاهای ایرانی در رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون و مطبوعات لبنان.

۲-۲-۳. راهبردهای مرتبط با هر موقعیت

راهبردهای موقعیتی توسعه‌ی صادرات ایران به لبنان عبارتند از:

❖ راهبردهای SO

- ❖ بهره‌گیری از توانمندی‌های صادراتی کشور برای صادرات محصولات مورد نیاز کشور لبنان مانند نفت خام، میوه، مواد پلاستیکی، محصولات شیمیایی آلی و خودرو.
- ❖ امضای موافقت‌نامه‌ی تجارت آزاد دوجانبه بین ایران و لبنان.
- ❖ حمایت از تشکل‌های صادراتی برای دسترسی به بازار لبنان.
- ❖ امضای موافقت‌نامه ترجیحات تجاری جهت ایجاد شرایط مطلوب‌تر برای فعالان اقتصادی دو کشور.
- ❖ فعال کردن اعتبار خریدار و اعتبار صادراتی برای تجار دو کشور.

❖ راهبردهای ST

- ❖ تلاش برای بهره‌گیری و گسترش موافقت‌نامه‌های تجاری میان دو کشور.
- ❖ تقویت جایگاه کالاهای ایرانی در ذهن مشتریان لبنانی از راه تبلیغات.
- ❖ برگزاری بیشتر نمایشگاه‌های تخصصی کالاهای ایرانی در لبنان برای افزایش نگاه مثبت به محصولات ایرانی.
- ❖ شناسایی کالاهای مزیت‌دار داخلی مورد نیاز بازار لبنان برای گسترش بازار و تنوع بخشیدن به محصولات صادراتی ایران.
- ❖ اجرای پروژه‌های زیربنایی در لبنان با توجه به اعطای اعتبار پنجاه میلیون دلاری به این کشور.

❖ راهبردهای WO

- ❖ تدوین برنامه‌ی فراگیر بازاریابی و تبلیغات در رسانه‌های جمعی لبنان برای افزایش شناخت کالاهای ایرانی در بین مصرف‌کنندگان لبنانی.
- ❖ ایجاد مرکز تجاری ایران در شهر بیروت.

❖ راهبردهای WT

- ❖ تلاش برای تقویت روابط بانکی و بیمه‌ای موجود میان دو کشور.
- ❖ ارائه‌ی تسهیلات به بازرگانان لبنانی برای حضور در بازار و نمایشگاه‌های ایران.
- ❖ تقویت خطوط دریایی و هوایی بین دو کشور برای افزایش مبادلات تجاری دوجانبه.

۴. راهکارهای پیشنهادی برای بازاریابی و توسعه‌ی بازار

ایران و لبنان دو کشور با پیشینه و دارای روابط بازرگانی، سیاسی، فرهنگی و مزیت‌های جغرافیایی، زمینه‌ی گسترش هرچه بیش‌تر روابط بازرگانی را دارند. روابط تجاری ایران و لبنان در سال‌های گذشته همواره تحت تاثیر تراز منفی تجاری ایران با لبنان بوده است. گفتنی است که نزدیک به ۴۲ درصد صادرات ایران به لبنان را میوه‌های خوراکی تشکیل می‌دهد. میزان صادرات این کشور به ایران در سال ۲۰۰۸ میلادی، برابر با ۱۰۱ میلیون دلار بوده است. صادرات ایران به لبنان در سال ۲۰۰۸ میلادی، در حدود ۴۳ میلیون

دلار بوده است. این وضعیت مبادلات تجاری بین دو کشور، تراز تجاری منفی ۵۸ میلیون دلاری را برای ایران به ارمغان آورده است.

ارایه‌ی اطلاعات مناسب از بخش‌های مختلف بازار کشور لبنان به تجار ایرانی، معرفی کالاهای جدید و مزیت‌دار داخلی و تنوع مبادلات تجاری، زمینه توسعه مناسبات اقتصادی و تجاری دو طرف و افزایش صادرات محصولات غیرنفتی ایران به لبنان را فراهم می‌سازد.

به‌طور کلی از میان گروه‌های کالایی صادراتی ایران به لبنان، پنج گروه کالایی میوه‌های خوراکی، وسایل نقلیه زمینی، فرش و کفپوش، مواد پلاستیکی و ماهی‌ها و قشرداران بیش از ۸۸ درصد صادرات را تشکیل می‌دهند. در واقع این پنج گروه کالایی، مزیت‌های صادراتی ایران به لبنان هستند. بنابراین لزوم توجه و برنامه‌ریزی جهت افزایش کمی و کیفی صادرات این گروه‌های کالایی بیش از پیش نمایان می‌شود.

از سوی دیگر سیاست تنوع‌گرایی و تقویت صادرات محصولات مستعد و دارای مزیت‌های رقابتی، از جمله محصولات شیمیایی آلی، مواد پلاستیکی، مس و مصنوعات از مس، فرآورده‌های غلات و محصولات دارویی به این کشور نیز، باید پیگیری شود.

با توجه به اهمیت عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری در تسهیل صادرات و کاهش تعرفه‌های ورود به بازارهای هدف صادراتی، پیشنهاد می‌شود ایران با لبنان موافقت‌نامه تجارت آزاد و تجارت ترجیحی امضا کند. این امر می‌تواند باعث افزایش رقابت در بازار داخلی و افزایش توان صادراتی کشور شود. کشورهای جهان، با انعقاد موافقت‌نامه‌های تجاری با سایر کشورها، کالاهای صادراتی را با تعرفه گمرکی نزدیک به صفر به بازار هدف صادر می‌کنند. عدم عضویت در پیمان‌های اقتصادی و موافقت‌نامه‌های تجاری موثر، موجب شده تا امکان ورود آسان‌تر به بازارهای هدف صادراتی و استفاده از تعرفه‌های ترجیحی برای صادرکنندگان ایرانی فراهم نباشد.

در ادامه به برخی از پیشنهادها و راهکارهای اجرایی برای افزایش میزان مبادلات تجاری و اقتصادی دو کشور ایران و لبنان اشاره می‌شود:

❖ برنامه‌ریزی برای بازدید بازرگانان و فعالان اقتصادی کشور لبنان از کارخانه‌ها و امکانات صنعتی کشور ایران و حمایت از آنها برای ایجاد دفتر نمایندگی محلی شرکت‌های ایرانی در لبنان.

❖ ارایه تسهیلات حمل‌ونقل و بررسی ایجاد خط حمل و نقل زمینی کالا از مسیر عراق

- سوریه - لبنان طی یک برنامه‌ی میان‌مدت به منظور کاهش هزینه‌ها و دسترسی به دریای مدیترانه و کاهش وابستگی به مسیرهای ترانزیت به اروپا از خاک ترکیه.
- ❖ تقویت و گسترش خطوط اعتباری و بیمه‌ای به منظور تسهیل صدور کالا و کاهش نرخ‌های پوشش بیمه اعتبارات صندوق ضمانت صادرات ایران به ویژه به صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی (با توجه به این که در حال حاضر ریسک کشور لبنان بسیار بالاست).
- ❖ دادن تسهیلات یارانه‌ای به صادرکنندگان کالا و خدمات در استفاده از خدمات شرکت‌های کشتی‌رانی بین‌المللی.
- ❖ هدفمند نمودن برپایی نمایشگاه‌ها به منظور تقویت صادرات کالاهای صنعتی با ارزش افزوده بالای ایران به لبنان و جلوگیری از برپایی بازارهای مکاره.
- ❖ تمرکز کمک‌های بلاعوض و اعتبارات اعطایی به کشور لبنان در پروژه‌های تقویت‌کننده حضور اقتصادی ایران در آن کشور.
- ❖ مبادله‌ی هیات‌های تجاری و برگزاری همایش‌ها و سمینارها در زمینه‌ی فرصت‌های همکاری تجاری - اقتصادی.
- ❖ ایجاد ارتباط نزدیک میان نقاط تجاری دو کشور برای تسهیل مبادله اطلاعات اقتصادی و بازرگانی از راه فناوری اطلاعات.
- ❖ شناسایی فعالان اقتصادی لبنان در آفریقا و آمریکای جنوبی و ایجاد شرکت‌های مشترک بازرگانی و صنعتی با این فعالان برای تقویت حضور ایران در بازار مناطق یاد شده.
- ❖ انجام تحقیقات بازاریابی و دست‌یابی به شناخت کافی نسبت به شرایط سیاسی و اجتماعی، وضعیت بازار، رقبای داخلی و خارجی، قیمت و ویژگی‌های کالاهای مشابه، مقررات صادرات و واردات و هزینه‌های گمرکی و مالیاتی.
- ❖ بررسی دقیق و کسب شناخت کافی از شرکا و طرف‌های تجاری لبنانی.
- ❖ تقویت روابط میان بانک‌ها و نهادهای مالی دو کشور.
- ❖ گسترش زیرساخت‌های حمل‌ونقل دریایی و هوایی به منظور افزایش تبادلات تجاری و اقتصادی.
- ❖ کمک به بخش خصوصی برای ایجاد یک مرکز تجاری در کشور لبنان.
- ❖ گسترش همکاری‌های میان دو کشور در بخش سرمایه‌گذاری.



- ❖ تاسیس بانک مشترک برای تامین مالی صادرات و گسترش سرمایه‌گذاری میان دو کشور.
 - ❖ آشنا نمودن بازرگانان لبنانی با تولیدات صنعتی و پتانسیل‌های خدمات فنی و مهندسی ایران از راه مشارکت مستمر و فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی لبنان و برگزاری نمایشگاه‌های اختصاصی ایران در لبنان.
 - ❖ برگزاری نمایشگاه اختصاصی کالاهای مختلف ایرانی در کشور لبنان.
 - ❖ آسان‌سازی صدور روادید برای تاجران و فعالان اقتصادی دو کشور.
- با توجه به بروز جنگ در برخی از مناطق لبنان به ویژه در جنوب این کشور، پیشنهاد می‌شود شرکت‌های فعال ایرانی در زمینه‌های زیر، برنامه‌ریزی مناسبی برای صادرات کالا و خدمات به این کشور داشته باشند:
- ❖ راه‌سازی.
 - ❖ پل‌سازی.
 - ❖ سازه‌ها و بناهای سنگین بتنی و فلزی.
 - ❖ انبوه‌سازی خانه و آپارتمان.
 - ❖ شبکه‌های آبرسانی.
 - ❖ نیروگاه، شبکه‌های تولید و توزیع برق.
 - ❖ نفت، گاز و پتروشیمی.
 - ❖ تاسیسات دریایی و واگذاری لوله در دریا و خشکی.





بخش سوم پیوست‌ها







جدول ۶۵: سایت‌های اینترنتی وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های مهم لبنان

سایت اینترنتی	نام وزارت یا سازمان
www.lebanongovernment.org	دولت لبنان
www.lp.gov.lb	مجلس نواب لبنان
www.lebweb.com	اطلاعات سازمان‌ها و نهادهای دولتی لبنان
www.agriculture.gov.lb	وزارت کشاورزی
www.industry.gov.lb	وزارت صنعت
www.economy.gov.lb	وزارت اقتصاد و بازرگانی
www.finance.gov.lb	وزارت امور مالی و دارایی
www.isf.gov.lb	وزارت امنیت داخلی
www.higher-edu.gov.lb	وزارت آموزش عالی
www.lebanon-tourism.gov.lb	وزارت گردشگری
www.moim.gov.lb	وزارت امور شهری و شهرداری
www.justice.gov.lb	وزارت دادگستری
www.public-health.gov.lb	وزارت بهداشت عمومی و درمان
www.socialaffairs.gov.lb	وزارت امور اجتماعی
www.mpt.gov.lb	وزارت پست و ارتباطات
www.emigrants.gov.lb	وزارت خارجه و امور مهاجرت

www.moe.gov.lb	وزارت محیط زیست
www.ministryinfo.gov.lb	وزارت اطلاعات
www.culture.gov.lb	وزارت فرهنگ
www.lebanon.com	درباره‌ی لبنان
www.the-lebanon.com	درباره‌ی لبنان
www.cnrs.edu.lb	انجمن ملی پژوهش‌های علمی
www.omsar.gov.lb	پایگاه دولتی اصلاحات اداری

www.lebweb.com

جدول ۶۶: بانک‌های مهم لبنان

سایت اینترنتی	نام بانک	ردیف
www.bdl.gov.lb	The Central Bank of Lebanon	۱
www.byblosbank.com	Byblos Bank	۲
www.bankofbeirut.com	Bank of Beirut	۳
www.almawarid.com.lb	Al Mawarid Bank	۴
www.al-baraka.com	Al Baraka Bank Lebanon	۵
www.ffaprivatebank.com	FFA Private Bank Lebanon	۶
www.hsbc.com.lb	HSBC Lebanon	۷
www.fransabank.com	Fransa bank	۸
www.banqueaudi.com	Audi Saradar Bank	۹
www.byblosbank.com	Byblos Bank sal	۱۰
www.sgbl.com.lb	Societe Generale de Banque au Liban	۱۱
www.bml.com.lb	Banque Misr Liban	۱۲
www.eblf.com	Banque Libano-Francaise	۱۳
www.bankmed.com.lb	BankMed Lebanon	۱۴



www.creditlibanais.com.lb	Credit Libanais	۱۵
www.bemobank.com	Banque Europeenne pour le Moyen-Orient (BEMO) Lebanon	۱۶
www.jtbbank.com	Jammal Trust Bank sal Lebanon	۱۷
www.abl.org.lb	Association of Banks in Lebanon	۱۸
www.lebcanbank.com	Lebanese Canadian Bank	۱۹

www.lebweb.com

جدول ۶۷: برخی از دانشگاه‌های لبنان

سایت اینترنتی	نام بانک	ردیف
www.ul.edu.lb	دانشگاه لبنان	۱
www.lau.edu.lb	دانشگاه آمریکایی لبنان	۲
www.bau.edu.lb	دانشگاه بیروت عربی	۳
www.aub.edu.lb	دانشگاه آمریکایی بیروت	۴
www.usj.edu.lb	دانشگاه یوسف قدیس	۵
http://liu.edu.lb	دانشگاه بین‌المللی لبنان	۶
www.iul.edu.lb	دانشگاه اسلامی لبنان	۷

www.university-directory.eu

جدول ۶۸: چند شرکت مهم صنعتی، تجاری و بازرگانی لبنان

Ali El Said Trading Company	
بازرگانی و خرید و فروش بین‌المللی کالا	زمینه فعالیت
-	سایت اینترنتی



Unimar Corporation

بهداشت و درمان	زمینه فعالیت
www.unimarcorp.com	سایت اینترنتی

Khalil Fattal and Sons Group, Lebanon

پخش کالاهای کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا در لبنان	زمینه فعالیت
www.fattal.com.lb	سایت اینترنتی

Assouad Group

رستوران و کافی شاپ	زمینه فعالیت
www.assouadgroup.com	سایت اینترنتی

Pharaon Holding Group of Companies

هولدینگ مجموعه شرکت‌های فعال در کشاورزی، مالی، بیمه، بانک‌داری، فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، بازرگانی، ساخت خانه، تولید صنعتی و ...	زمینه فعالیت
www.pharaon.com.lb	سایت اینترنتی

Malia Holding

ساخت‌وساز خانه و آپارتمان	زمینه فعالیت
www.maliagroup.com	سایت اینترنتی

Coromo Group

صنایع و مصالح ساختمانی	زمینه فعالیت
www.coromogroup.com	سایت اینترنتی



Nour Trading Group

زمینه فعالیت	تجارت داخلی و بازرگانی بین‌المللی
سایت اینترنتی	-

Nacouzy Group

زمینه فعالیت	املاک و مستغلات
سایت اینترنتی	www.nacouzygroup.com

Omnimu International Group

زمینه فعالیت	مالی، بیمه، مدیریت ریسک و سرمایه‌گذاری
سایت اینترنتی	www.omnimu.com

Litat Group

زمینه فعالیت	صنایع استیل، آهن و فولاد
سایت اینترنتی	www.litat.com

CCM Group

زمینه فعالیت	چاپ، تبلیغات، مشاوره و بخش آگهی
سایت اینترنتی	www.groupccm.com

Al-Bonian Holding

زمینه فعالیت	وسایل و تجهیزات الکتریکی و مکانیکی
سایت اینترنتی	www.al-boniangroup.com

Benta Group

ساخت قرص و دارو	زمینه فعالیت
www.bpi.com.lb	سایت اینترنتی

Lawyer Fadi Jawlakh

وکالت و دعاوی حقوقی	زمینه فعالیت
www.fadijawlakh.com	سایت اینترنتی

Integral Group

فناوری اطلاعات و ارتباطات	زمینه فعالیت
www.integral.com.lb	سایت اینترنتی

www.lebanon.company-world.co.uk

جدول ۶۹: هتل‌های مهم

سایت اینترنتی	درجه	نام هتل	ردیف
www.rotana.com	۵ ستاره	Arjaan Rotana Hotel	۱
www.albustanhotel.com	۵ ستاره	Hotel Al Bustan	۲
http://ChtauraPark.	۵ ستاره	Chtaura Park Hotel	۳
www.grandhillsvillage.com	۵ ستاره	Grand Hills Hotel and Spa	۴
www.acropolisotel.com	۴ ستاره	Acropolis hotel Lebanon	۵
-	۴ ستاره	Monte Bello	۶



-	۴ ستاره	Batroun Village Club	۷
www.albergobeirut.com	۴ ستاره	Albergo Hotel	۸
-	۴ ستاره	Four Points Sheraton Bhamdoun	۹
www.qualityinn.com	۴ ستاره	Quality Inn Hotel	۱۰
www.resthouse-tyr.com.lb	۴ ستاره	Rest House Hotel & Resort	۱۱
www.monroebeirut.com	۴ ستاره	Monroe Hotel	۱۲
www.bzommar.com	۴ ستاره	Bzommar Palace Hotel	۱۳
www.embassyhotellebanon.com	۳ ستاره	Embassy Hotel	۱۴
www.bybloscomforthotel.com	۳ ستاره	Byblos Comfort Hotel	۱۵

www.lebanon-hotels.com

جدول ۷۰: اطلاعات رایزن بازرگانی ایران در لبنان

رایزنی بازرگانی ایران در لبنان

نشانی:

Beirut, Verdun, Rashid Karami st., Saab Bldg . ۴th floor

تلفن:

(۰۰۹۶۱) - ۰۱ - ۳۴۴۰۲۸

دورنگار:

(۰۰۹۶۱) - ۰۱ - ۳۴۴۰۳۵

شماره همراه:

(۰۰۹۶۱) - ۷۱۲۷۳۳۳۶

آقای عباس عبدالخانی، رایزن بازرگانی کنونی ایران در لبنان است.

پست الکترونیک:

a_abdolkhani@tpo.ir

www.tpo.ir

جدول ۷۱: اطلاعات سفارتخانه لبنان در ایران

سفارت لبنان در ایران

نشانی: تهران، خیابان سپهبد قرنی - خیابان شهید کلانتری - پلاک ۳۱.
تلفن: ۸۸۹۰۸۴۵۱ - ۲۱ - (۰۰۹۸)
دورنگار: ۸۸۹۰۷۳۴۵ - ۲۱ - (۰۰۹۸)
آقای زین الموسوی^۱ سفیر کنونی لبنان در ایران است.
روزهای کاری یکشنبه تا پنجشنبه از ساعت ۸ تا ۱۷ است.

www.mfa.gov.ir

جدول ۷۲: اطلاعات سفارتخانه ایران در لبنان

سفارت ایران در لبنان

آدرس:
BEAR HASAN, BEIRUT LEBANON, P.O.BOX :۵۰۳۰
تلفن: ۸۲۱۲۲۴-۳۰ - ۰۱ - (۰۰۹۶۱)
۴۷۸۲۰۸۹ - ۰۱ - (۰۰۹۶۱)
دورنگار: ۸۲۱۲۲۴ - ۰۱ - (۰۰۹۶۱)
۸۲۱۲۲۹ - ۰۱ - (۰۰۹۶۱)
آقای غضنفر اصل رکن آبادی، سفیر کنونی ایران در لبنان است.

www.mfa.gov.ir

1. H.E. Mr. Zein Moussavi



منابع و ماخذ

۱. سایت اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران
www.iccim.org
۲. سایت اطلاعات جامع کشورها
www.indexmundi.com
۳. سایت اطلاعات جغرافیائی کشورها
www.worldatlas.com
۴. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه‌ی مبادلات جهانی
www.trademap.org
۵. سایت اطلاع‌رسانی در خصوص وضعیت اقتصادی کشورهای جهان
www.traveldocumentsystems.com
۶. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه بهره‌برداری از اینترنت در جهان
www.internetworldstats.com
۷. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه دستمزدها
www.payscale.com
۸. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه شرکت‌های خارجی فعال در جهان
www.businessmonitor.com
۹. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه ارایه کمک‌های مالی آمریکا به سایر کشورها
www.usig.org
۱۰. سایت اطلاع‌رسانی در زمینه مالیات و تبدیل ارزها
www.internationaltaxreview.com
۱۱. سایت اطلاع‌رسانی سازمان تجارت جهانی
www.wto.org
۱۲. سایت اطلاع‌رسانی کشور لبنان
www.lebweb.com
۱۳. سایت اطلاع‌رسانی نحوه پراکندگی جمعیت در کشورها
www.citypopulation.de
۱۴. سایت اطلاع‌رسانی نحوه راه‌اندازی کسب و کار جدید
www.doingbusiness.org
۱۵. سایت بانک مرکزی لبنان
www.bdl.gov.lb
۱۶. سایت دولت لبنان
www.lebanongovernment.org
۱۷. سایت سازمان توسعه تجارت ایران
www.tpo.ir
۱۸. سایت صندوق ضمانت صادرات وزارت بازرگانی
www.egfi.org
۱۹. سایت کتاب زرد کشورهای جهان
www.yellowpagesworld.com
۲۰. سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران
www.irica.gov.ir

www.intracen.org

۲۱. سایت مرکز تجارت بین‌المللی

www.iflr.co

۲۲. سایت موسسه‌ی بررسی‌کننده قوانین مالی بین‌الملل

www.forbes.com

۲۳. سایت موسسه‌ی فوربس

www.kishtpc.com

۲۴. سایت نقطه‌ی تجاری کیش

www.state.gov

۲۵. سایت وزارت خارجه آمریکا

www.mfa.gov.ir

۲۶. سایت وزارت خارجه جمهوری اسلامی ایران

www.imf.org

۲۷. مجموعه گزارش‌های صندوق بین‌المللی پول، دولت لبنان، سال ۲۰۰۹



فهرست کتب منتشره از سری کتاب‌های راهنمای تجارت با کشورها

۱. راهنمای تجارت با ترکیه
۲. راهنمای تجارت با هنگ‌کنگ
۳. راهنمای تجارت با اندونزی
۴. راهنمای تجارت با قرقیزستان
۵. راهنمای تجارت با غنا
۶. راهنمای تجارت با برزیل
۷. راهنمای تجارت با اوکراین
۸. راهنمای تجارت با قزاقستان
۹. راهنمای تجارت با پاکستان
۱۰. راهنمای تجارت با چین
۱۱. راهنمای تجارت با کنیا
۱۲. راهنمای تجارت با کره جنوبی
۱۳. راهنمای تجارت با مکزیک
۱۴. راهنمای تجارت با عراق
۱۵. راهنمای تجارت با گرجستان
۱۶. راهنمای تجارت با سوریه
۱۷. راهنمای تجارت با عربستان سعودی
۱۸. راهنمای تجارت با ارمنستان
۱۹. راهنمای تجارت با ترکمنستان
۲۰. راهنمای تجارت با ازبکستان
۲۱. راهنمای تجارت با روسیه
۲۲. راهنمای تجارت با امارات متحده عربی
۲۳. راهنمای تجارت با ژاپن
۲۴. راهنمای تجارت با ونزوئلا
۲۵. راهنمای تجارت با تونس



۲۶. راهنمای تجارت با تاجیکستان
۲۷. راهنمای تجارت با مالزی
۲۸. راهنمای تجارت با آذربایجان
۲۹. راهنمای تجارت با هند
۳۰. راهنمای تجارت با عمان
۳۱. راهنمای تجارت با قطر
۳۲. راهنمای تجارت با آفریقای جنوبی
۳۳. راهنمای تجارت با سنگال