

# دیپلماسی اقتصادی منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در راستای تقویت رشد اقتصادی

زهرا مشفق<sup>۱</sup>

## چکیده

بدون شک پیشرفت اقتصادی کشور نیازمند به‌کارگیری تمام ظرفیت‌های موجود و دیپلماسی فعال و هوشمندانه‌ای است که بتواند با ایجاد روابط تجاری گسترده‌تر و استفاده از امتیازات اقتصادی در بین دیگر کشورها، نفوذ اقتصادی و سیاسی کسب کند و به اهداف اقتصادی و منافع ملی در سطح منطقه‌ای و جهانی نائل آید. تمرکز راهبردی بر این مهم، با توجه به نام‌گذاری سال ۱۴۰۲ با عنوان «رشد تولید و مهار تورم» و الزام به‌کارگیری دیپلماسی موفق اقتصادی برای تحقق شعار سال دوجندان است. نگاهی به عملکرد دیپلماسی اقتصادی کشور نشان می‌دهد که ایران در وضعیت موجود به‌رغم آنکه از ظرفیت‌های بالایی برخوردار است، رفع چالش‌های موجود و تقویت عملکرد دیپلماسی اقتصادی کشور نیازمند به‌کارگیری ملاحظات از جمله ایجاد چهارچوب مدیریتی مناسب در دیپلماسی اقتصادی، هماهنگی و انسجام بین نهادهای تصمیم‌گیر، توجه به الزامات پیشین در انعقاد موافقت‌نامه دو یا چندجانبه، تلاش در راستای افزایش اثربخشی موافقت‌نامه‌های تجاری، اجماع سیاست‌گذاری در زمینه اولویت دیپلماسی اقتصاد محور در تعاملات بین‌المللی، ایجاد و تقویت شبکه تجاری (توزیع و پشتیبانی) و بازاریابی محصولات ایرانی، رصد و شناسایی به‌روز و بدون واسطه بازار کشورها، استفاده کارآمد و مناسب از بستر نهادها و سازمان‌های منطقه‌ای، شفاف‌سازی دستگاه دیپلماسی در مذاکرات با طرف‌های تجاری و ارائه راهبردها با محوریت بخش خصوصی برای روابط اقتصادی و تجاری است.

**واژگان کلیدی:** دیپلماسی اقتصادی، رشد تولید، روابط تجاری، پیمان‌های منطقه‌ای، پیمان فرامنطقه‌ای، سرمایه‌گذاری.

## مقدمه

دیپلماسی اقتصادی به معنای اولویت یافتن اهداف و موضوعات اقتصادی در سیاست خارجی، یکی از ابزارهای مهم برای دستیابی به اهداف بلندمدت رشد و توسعه اقتصادی کشورهاست. امروزه بسیاری از کشورهای جهان با به‌کارگیری دیپلماسی اقتصادی فعال و پویا، می‌کوشند تهدیدهای موجود در عرصه بین‌المللی را به فرصتی برای رشد و پیشرفت تبدیل کنند. رهیافت دیپلماسی اقتصادی را باید به مفهوم اولویت دادن موضوعات تجاری و اقتصادی در سیاست خارجی کشورها قلمداد کرد. بررسی شواهد نشان می‌دهد که در نظام بین‌الملل امروز، دغدغه بسیاری از دولت‌ها از مسائل سیاسی به موضوعات اقتصادی و به‌ویژه به دست آوردن بازارهای جهانی و از دیپلماسی سنتی به دیپلماسی اقتصادی به‌عنوان ابزاری نوین و کارآمد در تعامل اقتصادی تغییر یافته

است. به رغم جایگاه منحصر به فرد ایران به لحاظ ژئوپلیتیکی و ژئواکونومیکی در منطقه، وضعیت اقتصادی و جایگاه اقتصاد کشور در جهان با توانایی‌های بالقوه و بالفعل آن همخوانی ندارد و از جایگاه مناسبی برخوردار نیست.

فرصت‌سوزی‌ها در توسعه و تعمیق روابط تجاری با کشورهای منطقه و اولویت ندادن به موضوعات تجاری و اقتصادی در سیاست خارجی، همگی از مباحثی هستند که یافتن چالش‌ها و راهکارهای مناسب در حل این معضلات را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. رهایی از این وضعیت نه تنها نیازمند به‌کارگیری دیپلماسی اقتصادی فعال و هوشمندانه است، بلکه دیپلماسی اقتصادی در کشور باید به فراتر از کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای برود. در این بین، با وجود برخی اقدامات دولت‌ها و درک لزوم توجه به مقوله دیپلماسی اقتصادی، در عمل شاهد تحولی عمده‌ای در این باره نبوده‌ایم. از این رو کارایی پایین و موفقیت اندک دیپلماسی اقتصادی در سیاست خارجی ایران از موضوعاتی است که باید مورد آسیب‌شناسی دقیق‌تر قرار گیرد. این مهم در دولت سیزدهم نیز که از ابتدای کار تأکید بر تقویت طرح دیپلماسی اقتصادی را جزو اهرم‌های مهم و اولویت‌های خود برای دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی قرار داده است، باید در راستای تحقق شعار سال یعنی رشد تولید و مهار تورم، بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.

در راستای مطالب یادشده، مطالعه حاضر درصدد است که با محوریت آسیب‌شناسی دیپلماسی

است. در واقع، اهمیت دیپلماسی اقتصادی در سیاست خارجی کشورها از آن روست که در جهانی با رشد تحولات و گسترش دامنه نفوذ نظام تجارت جهانی، تنها سیاست خارجی فعال و توسعه‌گرا می‌تواند منافع ملی کشورها را تأمین و سهم آن‌ها از اقتصاد جهانی را تضمین کند.

دیپلماسی اقتصادی که به‌عنوان رویکرد جدید در سیاست و روابط بین‌الملل شناخته می‌شود، ابزار بسیار قدرتمندی برای همه کشورهای جهان بوده و به‌شدت بر جنبه‌های دیگر سیاست و روابط بین‌الملل تأثیر گذاشته است؛ به طوری که سیاست خارجی کشورهای مختلف در خدمت اهداف اقتصادی آن‌هاست.

مقوله دیپلماسی اقتصادی در عصر پرچالش کنونی ایران که با تحریم‌ها و چالش‌های فراوانی همراه است، اهمیت زیادی دارد. حل مشکلات اقتصادی و راهبردی ایران در کنار برنامه‌ریزی‌های داخلی، نیازمند حل مشکلات بیرونی و استفاده از دیپلماسی اقتصادی هوشمندانه است و نظام اقتصادی کشور را به اتخاذ نظام اقتصادی متناسب با این چالش‌ها و تحولات فرامی‌خواند. با توجه به موقعیت ژئوپلیتیک در منطقه غرب آسیا (به‌عنوان کانون انرژی جهان که زمینه‌ساز رقابت‌های اقتصادی مختلف است)، دستیابی به قدرت نخست منطقه، رشد و توسعه پایدار، تسریع در جذب سرمایه خارجی، افزایش صادرات غیرنفتی و تبدیل شدن به محور ترانزیت کالا مستلزم به‌کارگیری دیپلماسی اقتصادی فعال و همه‌جانبه، هم در سطح منطقه‌ای و هم فرامنطقه‌ای

متقابل و هم‌افزا دارند. دیپلماسی اقتصادی ریشه در سیاست خارجی کشورها دارد و سازوکاری است که زمینه‌ساز دستیابی به موفقیت‌های تجاری و روابط اقتصادی در سطح دوجانبه و چندجانبه می‌شود. به بیان دقیق‌تر، دیپلماسی اقتصادی آن دسته از فعالیت‌های دیپلماتیک را شامل می‌شود که بر افزایش تجارت، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و منافع اقتصادی کشور در سطح بین‌الملل اثرگذار است.

امروزه با توجه به پیوندی که بین سیاست داخلی و خارجی کشورها به وجود آمده است، دیپلماسی به‌ویژه دیپلماسی اقتصادی اهمیت بسیاری در نظام تصمیم‌گیری کشورها یافته است. ایران نیز برای برخورداری از جایگاه درخور در سطح منطقه‌ای و جهان از این موضوع مستثنا نیست. اهمیت این موضوع در زمانی که اقتصاد کشور شرایط شکننده‌ای را سپری می‌کند و تنگناهای اقتصادی کاملاً مشهود است، دوچندان خواهد بود. در وضعیت موجود، ایران در هیچ سازمان منطقه‌ای اقتصادی جز سازمان همکاری‌های اقتصادی اکو عضو نیست و در آن نیز چندان موفق عمل نکرده است. همچنین، در منطقه خلیج فارس نیز با کشورهای عربی منطقه به هیچ سازوکاری از همکاری‌های اقتصادی دست نیافته و با وجود سرمایه‌گذاری‌های بالا در عراق و افغانستان در دو دهه اخیر، نتوانسته است با مهم‌ترین شرکای تجاری خود به توافق جامعی دست یابد. افزون‌براین، فشارهای ناشی از تحریم‌های گسترده به‌ویژه در سال‌های اخیر، توجه به به‌کارگیری دیپلماسی اقتصادی را برجسته‌تر کرده است. مؤلفه‌های اصلی

اقتصادی منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در کشور و شناسایی چالش‌ها و موانع موجود، به این پرسش پاسخ دهد که دولت سیزدهم چه اقداماتی را برای تقویت دیپلماسی اقتصادی و درنهایت، تحقق اهداف بلندمدت با محوریت رشد و توسعه اقتصادی انجام دهد؟ نتیجه این اقدامات نقش مهمی در رشد تولید و مهار تورم دارد. برای بررسی روند دیپلماسی اقتصادی ایران در سطح منطقه‌ای (غرب آسیا) و فرامنطقه‌ای، نخست در باب ضرورت به‌کارگیری دیپلماسی اقتصادی کارآمد بحث و سپس جایگاه ایران به لحاظ اقتصادی در سطح منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای بررسی شده است. واکاوی چالش‌های دیپلماسی اقتصادی منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای ایران در بخش سوم و سپس راهکارها و ملاحظات برای الگویی که قلمرو دیپلماسی اقتصادی را تبیین کند، ارائه شده است.

## ۱- چهارچوب مفهومی و ضرورت به‌کارگیری دیپلماسی فعال اقتصادی

بررسی مطالعات و نظریات موجود در دیپلماسی اقتصادی نشان می‌دهد که نظریه واحد و منسجمی درباره تعریف دیپلماسی اقتصادی وجود ندارد، اما موضوع پیوند سیاست و اقتصاد و پررنگ شدن نقش اقتصاد و دیپلماسی اقتصادی در ایجاد امنیت ملی از زوایای مختلف مورد توجه قرار گرفته است. براین اساس، کشورها در دیپلماسی اقتصادی به دنبال دو اولویت اصلی یعنی توسعه اقتصادی و امنیت اقتصادی هستند که این دو در عمل با یکدیگر رابطه

دیپلماسی اقتصادی برای ایران را می‌توان در چند محور زیر بیان کرد.

- راهبرد اقتصادی مبتنی بر توسعه صادرات.
- همکاری دو یا چندجانبه میان کشورها، سازمان‌ها و دیگر بازیگران بین‌الملل.
- بازاریابی و جست‌وجوی فرصت‌های تجاری برای سرمایه‌گذاری و بین‌المللی کردن بنگاه‌های اقتصادی.
- استفاده از نفوذ و روابط سیاسی برای برقراری مناسبات اقتصادی.

تحت تأثیر قرار می‌گیرد. دیپلماسی اقتصادی از کانال اثرگذاری بر افزایش صادرات، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و تقویت منافع اقتصادی کشور در سطوح بین‌المللی، بر اهداف کلان از جمله رشد و توسعه اقتصادی مؤثر است. همان‌طور که در بخش پیش نیز اشاره شد، مهم‌ترین متغیرهای اقتصادی که در بررسی عملکرد دیپلماسی اقتصادی مورد توجه قرار می‌گیرد، میزان روابط تجاری، میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی و میزان موفقیت در عضویت در موافقت‌نامه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی است. افزون‌بر متغیرهای یادشده، شرایط و تحولات سیاسی ایران در کنار شرایط حاکم بر نظام بین‌الملل نیز از عواملی هستند که به همراه چالش‌های اقتصاد داخلی کشور، مانع از حضور گسترده و فعال آن در رقابت جهانی می‌شود. در ادامه سه مؤلفه یادشده بررسی شده است.

## ۲-۱- روابط تجاری ایران با کشورهای منطقه‌ای و

### فرامنطقه‌ای

پویایی اقتصاد مستلزم تعامل بین‌المللی و جریان تجارت خارجی مصداق بارز این تعامل است؛ زیرا تجارت بین‌الملل نه تنها امکان بهره‌مندی از توانمندی‌های اقتصادی بالقوه را با توجه به مزیت‌های نسبی موجود به وجود می‌آورد، بلکه زمینه مناسبی را برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های اقتصادی سودآور و رقابت‌پذیر در عرصه جهانی فراهم می‌سازد. در این راستا، دسترسی به بازارهای جهانی تولید و تجارت و افزایش سهم از آنها، از مهم‌ترین الزاماتی است که باید در اتخاذ دیپلماسی اقتصادی در

## ۲- عملکرد دیپلماسی اقتصادی ایران در سطح منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای

بدون شک برای تحقق شعار مهار تورم و رشد تولید باید اقتصاد کشور را در عرصه‌های مختلف از جمله دیپلماسی رقابتی‌تر کرد. یکی از الزامات و ضرورت‌های تحقق رشد تولید از مسیر به‌کارگیری دیپلماسی اقتصادی کارآمد است. باید توجه داشت که ارتباط میان دیپلماسی اقتصادی و رشد تولید، ارتباطی دوسویه است؛ یعنی از سویی، یکی از الزامات دستیابی به رشد اقتصادی، به‌کارگیری دیپلماسی اقتصادی موفق در عرصه جهانی و منطقه است و از سوی دیگر، دستاورد به‌کارگیری دیپلماسی اقتصادی موفق را می‌توان در رونق تولید نیز مشاهده کرد.

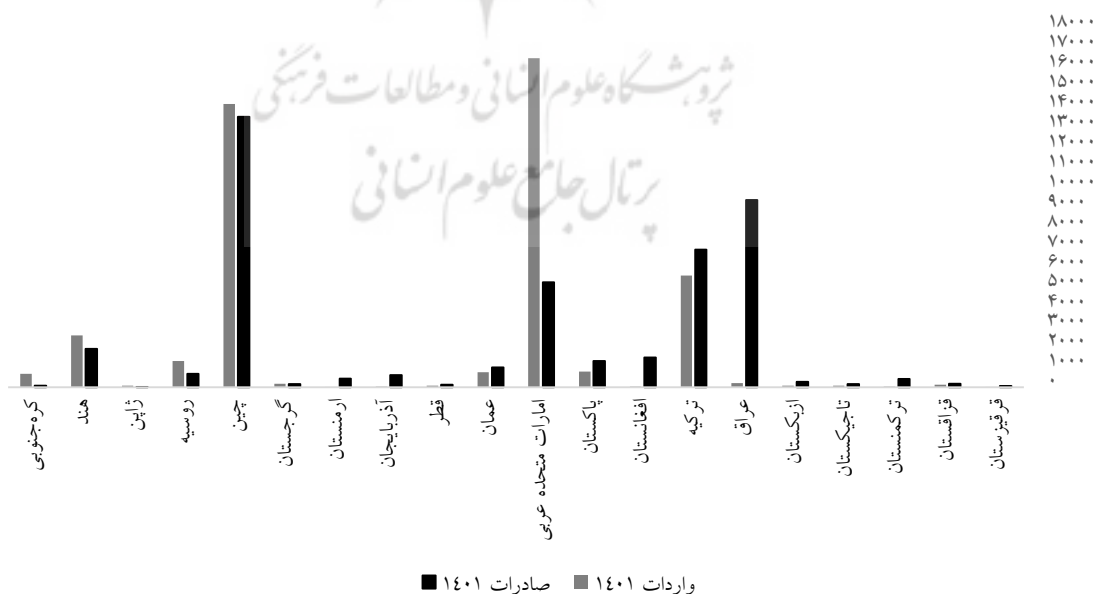
عملکرد مؤثر دیپلماسی اقتصادی هر کشور نیز مشروط به در نظر گرفتن مؤلفه‌های اقتصادی است که از کانال آن‌ها، اثربخشی دیپلماسی اقتصادی کشور

برای دستیابی به هدف صادرات بیشتر وجود نداشته باشد. برای فهم بهتر موضوع، ۲۰ کشور منتخب به این شکل طبقه‌بندی شده‌اند؛ چهار کشور همسایه و مجاور در سطح منطقه‌ای از جمله عراق، ترکیه، افغانستان و پاکستان؛ کشورهای منطقه قفقاز جنوبی از جمله جمهوری آذربایجان، ارمنستان، گرجستان؛ کشورهای منطقه آسیای مرکزی از جمله قزاقستان، قرقیزستان، ترکمنستان، تاجیکستان و ازبکستان؛ کشورهای حوزه خلیج فارس از جمله امارات متحده عربی، قطر و عمان؛ پنج کشور به‌عنوان شرکای مهم تجاری و استراتژیک در سطح فرامنطقه‌ای از جمله چین، روسیه، ژاپن، هند و کره جنوبی. نمودارهای شماره ۱ و ۲ به ترتیب ارزش و سهم کشورهای منتخب را در تجارت ایران (صادرات و واردات) نشان می‌دهد.

اولویت قرار گیرد. مطابق با داده‌های بین‌المللی منتشرشده در سال ۲۰۲۲، سهم ایران از تجارت جهانی، ۰/۲۴ درصد بوده که پایین‌ترین میزان در تاریخ ایران است. در همین حال، سهم ترکیه از تجارت جهانی به ۱/۲ درصد رسیده است که رکوردی تاریخی برای این کشور به شمار می‌رود. شایان توجه است که براساس آمار منتشرشده سازمان تجارت جهانی، سهم ایران از تجارت جهانی در سال ۲۰۲۲ در مقایسه با سال ۲۰۱۹ که معادل ۰/۴ درصد بوده، به‌شدت افت داشته است.

بر مبنای این آمار، سهم ایران در صادرات جهانی حتی به‌رغم لحاظ صادرات نفت و گاز نیز بسیار ناچیز است. این آمارها بیان می‌کند که وجود برخی از چالش‌ها در ساختار صادراتی ایران سبب شده است تا ارتباط مناسبی میان استراتژی‌های صادراتی

نمودار ۱- ارزش تجارت ایران با برخی از کشورهای منتخب منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای (میلیارد دلار- ۱۴۰۱\*)



\*آمار سال ۱۴۰۱، مربوط به ۱۱ ماه این سال است.

مأخذ: وبگاه گمرک جمهوری اسلامی ایران.

تراز تجاری کشور افزایش یافته و از ۳ میلیارد دلار به ۴/۸ میلیارد دلار رسیده است. افزون بر پیشی گرفتن واردات بر صادرات، نگاهی به تنوع شرکای تجاری کشور نیز نشان می‌دهد که دایره این شرکا تنگ‌تر شده است؛ به طوری که بر اساس آخرین آمار و اطلاعات گمرک، ۹۱ درصد از ارزش کالاهای صادراتی کشور به ۱۵ کشور صادر می‌شود که از این ۹۱ درصد بیش از ۳۵ درصد آن به چین صادر می‌شود. ۱۵ مقصد اول صادرات ایران در سال ۱۴۰۱ شامل چین، عراق، امارات متحده عربی، ترکیه، هند، افغانستان، عمان، پاکستان، اندونزی، تایلند، روسیه، جمهوری آذربایجان، آفریقای جنوبی، ترکمنستان و سنگاپور بوده است.

در بین کشورهای آسیای مرکزی و منطقه قفقاز جنوبی، جمهوری آذربایجان و ارمنستان بیشترین میزان واردات از ایران را داشته‌اند. مجموع ارزش صادرات ایران به کشورهای این منطقه در سال ۱۴۰۱، در مجموع، نزدیک به ۲/۲ میلیارد دلار بوده که در مقایسه با سال ۱۴۰۰، ۱۰ درصد افزایش داشته است. صادرات ایران به جمهوری آذربایجان و ارمنستان به ترتیب ۶۰۴ و ۴۲۲ میلیون دلار بوده است. ارزش صادرات کشور به جمهوری آذربایجان در سال ۱۴۰۱ در مقایسه با ۱۴۰۰، تقریباً ۶ درصد رشد داشته، اما میزان صادرات به ارمنستان در سال ۱۴۰۱ در مقایسه با سال گذشته حدود ۳۸ درصد افزایش یافته است. در میان کشورهای منطقه آسیای مرکزی نیز بیشترین ارزش صادرات به کشور ترکمنستان بوده است. به لحاظ متغیر واردات، ارزش واردات از کشورهای منطقه آسیای مرکزی و قفقاز جنوبی در مجموع، کمتر از ۵۰۰ میلیون دلار بوده است.

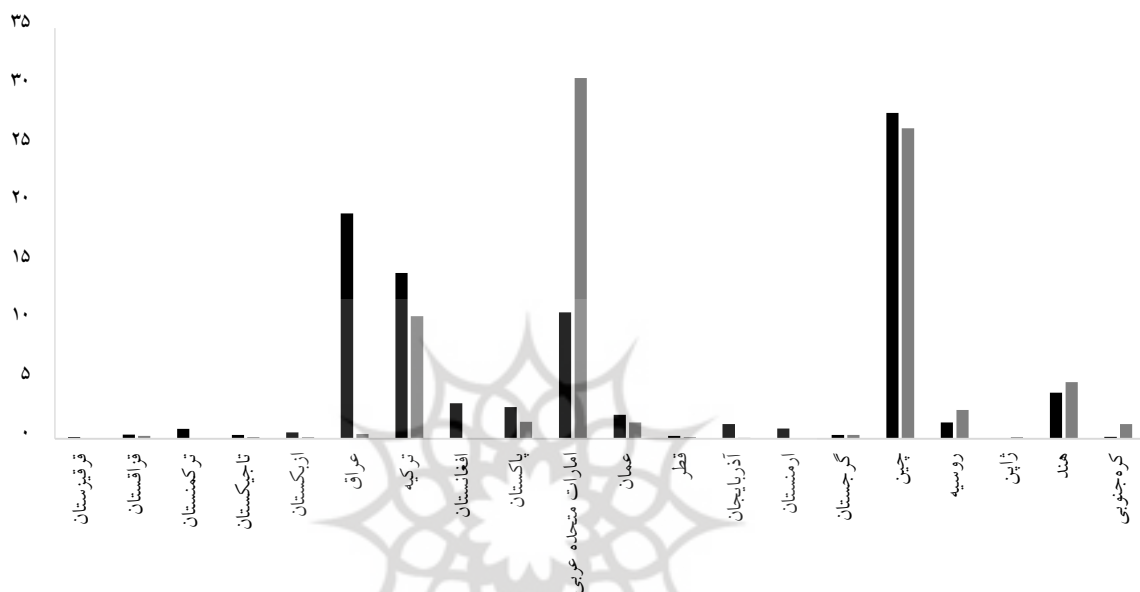
همان‌طور که در نمودار شماره ۱ ملاحظه می‌شود، بر اساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۱، اصلی‌ترین شرکای صادراتی ایران، چین، عراق، ترکیه، امارات متحده عربی و هند بوده‌اند. در میان مقاصد اصلی صادرات، چین با واردات بیش از ۲۷ درصد از کل صادرات ایران، بیشترین میزان تجارت را و پس از چین، همسایه غربی ایران یعنی عراق، ۱۹ درصد سهم داشته است. در سال ۱۴۰۱ پس از چین، بیشترین حجم صادرات کشور به ارزش ۹ میلیارد و ۳۸۱ میلیون دلار به عراق بوده است. همان‌طور که در نمودار شماره ۱ مشخص است، پس از عراق، ترکیه با ۶ میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار، امارات متحده عربی با ۵ میلیارد و ۲۵۸ میلیون دلار و هند با ۱ میلیارد و ۹۱۸ میلیون دلار، اصلی‌ترین مقاصد صادراتی کشور بوده‌اند. گفتنی است چین رتبه نخست را در میان شرکای تجاری کشور دارد، اما بر اساس آمار تجارت خارجی این کشور، فشار تحریم‌ها موجب شد که تجارت ایران با چین ۶۱ درصد کاهش یابد و از ۳۶ میلیارد دلار در سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸، به ۱۴ میلیارد دلار در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ سقوط کند. در این مدت، صادرات ایران به چین با ۶۹ درصد کاهش، از ۲۰ میلیارد دلار به ۶ میلیارد دلار و واردات ایران از چین نیز با ۵۱ درصد کاهش، از ۱۶ میلیارد به ۸ میلیارد دلار تنزل یافته است.

بر اساس آخرین آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، به لحاظ ارزش، تجارت خارجی کشور در ۱۱ ماه سال ۱۴۰۱ در مقایسه با سال ۱۴۰۰ رشد داشته و از ۷۸ میلیارد دلار به ۱۰۲ میلیارد دلار افزایش یافته است، اما همچنان تراز تجاری غیرنفتی کشور نه تنها منفی بوده، بلکه کسری

و هر منطقه به ترتیب ۲/۱ و ۲/۴ درصد از کل صادرات کشور سهم داشته است. سهم از واردات کشورهای این منطقه در مجموع، کمتر از ۱ درصد بوده است.

همان‌طور که در نمودار شماره ۲ مشاهده می‌شود، در سال ۱۴۰۱، سهم کشورهای آسیای مرکزی و منطقه قفقاز جنوبی از کل صادرات کشور کمتر از ۵ درصد بوده است

نمودار ۲- سهم کشورهای منتخب منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای از کل صادرات و واردات کشور (میلیارد دلار- ۱۴۰۱\*)



\*آمار ۱۴۰۱ مربوط به ۱۱ ماه این سال است.  
مأخذ: وبگاه گمرک جمهوری اسلامی ایران.

با ایران را در حوزه روابط اقتصادی با کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز جنوبی نشان می‌دهد.

در باره کشورهای حاشیه خلیج فارس نیز ارزش تجارت امارات متحده عربی به‌عنوان اصلی‌ترین شریک تجاری ایران، در سال ۱۴۰۱ بیش از ۲۱ میلیارد دلار بوده که ۱۶/۴ میلیارد دلار آن مربوط به واردات از این کشور و ۵/۲ میلیارد دلار نیز مربوط به صادرات است. سهم این کشور در صادرات ایران در مقایسه با سال ۱۳۹۹، از ۱۳ به ۱۰ درصد افت داشته است. با توجه به داده‌های آماری گمرک جمهوری اسلامی ایران، اگر کشور امارات متحده

مقایسه جایگاه ترکیه به‌عنوان رقیب منطقه‌ای ایران در بازار مصرفی کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز جنوبی نشان می‌دهد که ترکیه در مقایسه با ایران بسیار موفق‌تر عمل کرده است و جزو ۵ شریک عمده وارداتی تمام کشورهای منطقه شمرده می‌شود. این موضوع نشان‌دهنده نفوذ منطقه‌ای ترکیه در کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز جنوبی است. افزون‌بر ترکیه، با توجه به جایگاه چین و روسیه در بین شرکای عمده وارداتی کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز جنوبی، نقش این دو کشور در بازارهای مصرفی آن‌ها نیز کاملاً محسوس است. این موضوع به‌وضوح فاصله چین، روسیه و ترکیه

مدیریت کند و نمی‌توان انتظار افزایش تعاملات تجاری میان دو کشور را داشت.

در خصوص تعاملات تجاری ایران با افغانستان که در منطقه‌ای تنش‌زا واقع شده‌اند، ایران با وجود موانع امنیتی منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای کنونی توانسته است در بازار این کشور تا حدودی نفوذ یابد. به‌رغم این موضوع، روابط اقتصادی کنونی دو کشور به‌شدت از چالش‌های عمدتاً امنیتی تأثیر پذیرفته است. روند صادرات به افغانستان در سال‌های اخیر حاکی از نزولی بودن آن است؛ البته نباید از این نکته نیز غافل بود که در کشوری مانند افغانستان که آمار دقیقی درباره میزان تجارت در دسترس نیست، این احتمال وجود دارد که میزان واردات افغانستان در این سال‌ها کاهش یافته و این یکی از دلایل کاهش صادرات ایران به این کشور باشد. واردات افغانستان در سال‌های گذشته حدود ۱۱ میلیارد دلار بود، اما در یک سال اخیر با به قدرت رسیدن طالبان، این رقم به کمتر از ۵ میلیارد دلار رسیده است. در مقابل، پس از تسلط طالبان در افغانستان، بازیگران منطقه‌ای از جمله ترکیه برای استفاده از مزایای خلأ ناشی از ایالات متحده تلاش می‌کنند. ترکیه به‌شدت در پی گسترش حوزه نفوذ و اثرگذاری خود در منطقه با ابزارها و رویکردهای مختلف سیاسی است. روابط و مناسبات اقتصادی بین دو کشور ترکیه و افغانستان در یک سال اخیر گسترش داشته؛ به‌طوری‌که، حجم تجارت بین دو کشور در ۶ ماهه نخست سال ۲۰۲۲، ۲۳ درصد افزایش یافته است.

عربی در نظر گرفته نشود، سهم دیگر کشورهای حاشیه خلیج فارس از کل صادرات ایران در سال ۱۴۰۱، نزدیک به ۳ درصد بوده است. با توجه به این داده‌ها می‌توان گفت امارات همچنان سهم جدی در واردات و صادرات ایران دارد، اما روابط تجاری ایران با کشورهای حاشیه خلیج فارس سهم محدودی از کل تجارت خارجی ایران را به خود اختصاص داده است.

به دنبال توافق اخیر ایران و عربستان با میانجیگری چین، برخی احتمال گسترش روابط تجاری ایران و امارات متحده عربی و احتمال پایان یافتن روابط تیره بین دولت‌های ایران و بحرین را متصور هستند. بدون شک این وضعیت، شرایط جدیدی در مناسبات با کشورهای حوزه خلیج فارس است. باید توجه داشت که این توافق و عادی‌سازی روابط با عربستان الزاماً به معنای گسترش روابط منطقه‌ای دو کشور نیست و باید انتظارات واقع‌بینانه از آن داشت. نه اساساً عربستان تمایلی برای ورود به بحث موافقت‌نامه جامع منطقه‌ای با ایران دارد و نه ماهیت رقابتی روابط ایران و عربستان اجازه می‌دهد که دو کشور بتوانند در سطح منطقه‌ای کانون‌های تنش بین خودشان را مدیریت کنند. حتی اگر دو کشور بخواهند در این مسیر هم گام بردارند، تنش‌ها و چالش‌های بین دو کشور آن‌قدر زیاد است که دستیابی به توافق جامع منطقه‌ای بین دو کشور بعید به نظر می‌رسد. بنابراین، انتظار واقع‌بینانه از عادی‌سازی روابط ایران و عربستان این است که با بازگشت به روابط دوجانبه، دستگاه دیپلماسی کشور بتواند تا حدودی این تنش را



می‌توان به‌عنوان یکی از شاخصه‌های اصلی میزان کارایی و کارآمدی دیپلماسی اقتصادی در نظر گرفت. دیپلماسی اقتصادی موفق، دیپلماسی‌ای است که هم بتواند زمینه جذب سرمایه خارجی به داخل کشور را فراهم کند و هم اینکه با ورود سرمایه خارجی به کشور بتواند زمینه رشد جایگاه خود در سطح منطقه‌ای و جهانی را فراهم کند.

نگاهی به وضعیت ورود و خروج سرمایه در کشور نشان می‌دهد که ایران به‌رغم نیاز مبرم به جذب سرمایه‌های خارجی، در مقایسه با بسیاری از کشورهای دنیا متأسفانه موفق عمل نکرده است. بر اساس آخرین گزارش آنکتاد در سال ۲۰۲۱، حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در مقایسه با سال پیش از آن، ۶ درصد افزایش داشته، اما سهم ایران از کل سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در جهان کاهش یافته و از ۰/۱ درصد در سال ۲۰۲۰، به ۰/۰۹ درصد در سال ۲۰۲۱ تنزل یافته که افزایش ارزش جذب سرمایه خارجی در کل جهان یکی از دلایل این کاهش سهم بوده است.

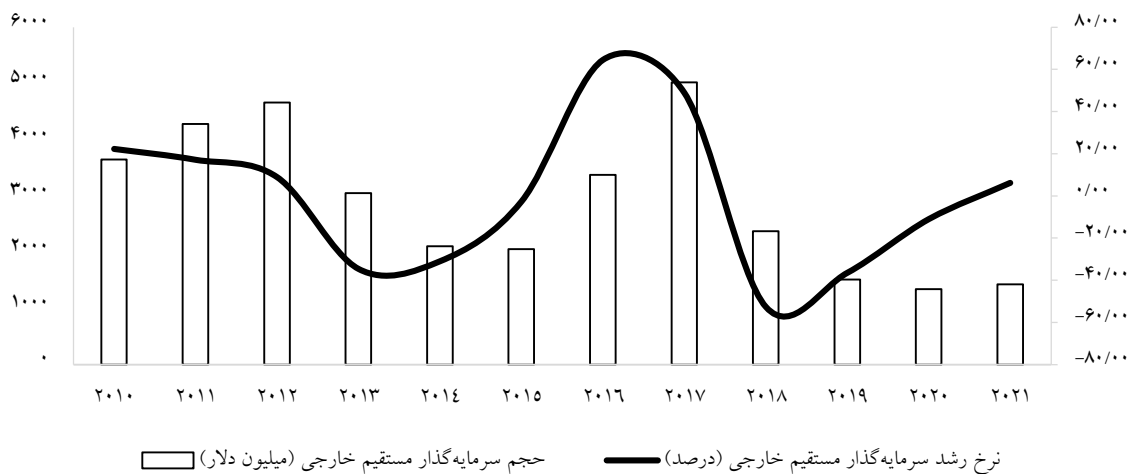
انتظار واقع‌بینانه از عادی‌سازی روابط ایران و عربستان این است که با بازگشت به روابط دوجانبه، دستگاه دیپلماسی کشور بتواند تا حدودی این تنش را مدیریت کند و نمی‌توان انتظار افزایش تعاملات تجاری میان دو کشور را داشت.

ارقام بررسی مناسبات تجاری کشور حاکی است که به‌رغم تأکید بر توسعه دیپلماسی تجاری، کارنامه پذیرفتنی‌ای ارائه نشده است. ایران در عرصه تجارت جهانی حتی از کشورهای منطقه عقب مانده است. تجارت خارجی ایران به کمتر از یک‌چهارم کشورهای ترکیه، عربستان و امارات در سال ۲۰۲۲ رسیده است. تقویت و توسعه مناسبات اقتصادی کشورهای منطقه تا حد زیادی منوط به رفع چالش‌های اقتصادی و امنیتی در داخل است، اما نقش تحریم‌ها و تنش‌های داخلی و خارجی نیز در اقتصاد ایران در تضعیف تجارت خارجی کشور انکارناپذیر است. برای مثال، درحالی‌که دولت در ابتدای کار خود مدعی بود که خلأ همکاری‌های بین‌المللی ناشی از تحریم را با گسترش همکاری‌های دو و چندجانبه به‌خصوص با کشورهای همسایه جبران می‌کند و در این راستا، بر حذف دلار از مبادلات دوجانبه و جایگزینی ارزهای ملی برای توسعه روابط اقتصادی تأکید داشت، تسویه مابه‌ازای نقدی گاز فروخته‌شده ایران به عراق از طریق دریافت کالاهای اساسی و دارو آن هم با کشور دوست و همسایه، عراق، به نظر تصویر دیگری از شرایط موجود و واقعیت‌های تجاری و اقتصادی نشان می‌دهد.

## ۲-۲- مقایسه سرمایه‌گذاری خارجی ایران در سطح منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای

همان‌طور که گفته شد، یکی از مؤلفه‌های اصلی در دیپلماسی اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی است. جذب سرمایه‌گذاری خارجی را

### نمودار ۳- روند سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و نرخ رشد آن در سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۲۱



مأخذ: World Investment Report, 2021.

در تولید نیستند و در پی کسب سودهایی از بازارهایی مانند دلار، طلا و زمین هستند یا به فکر خروج سرمایه خود از کشور هستند.

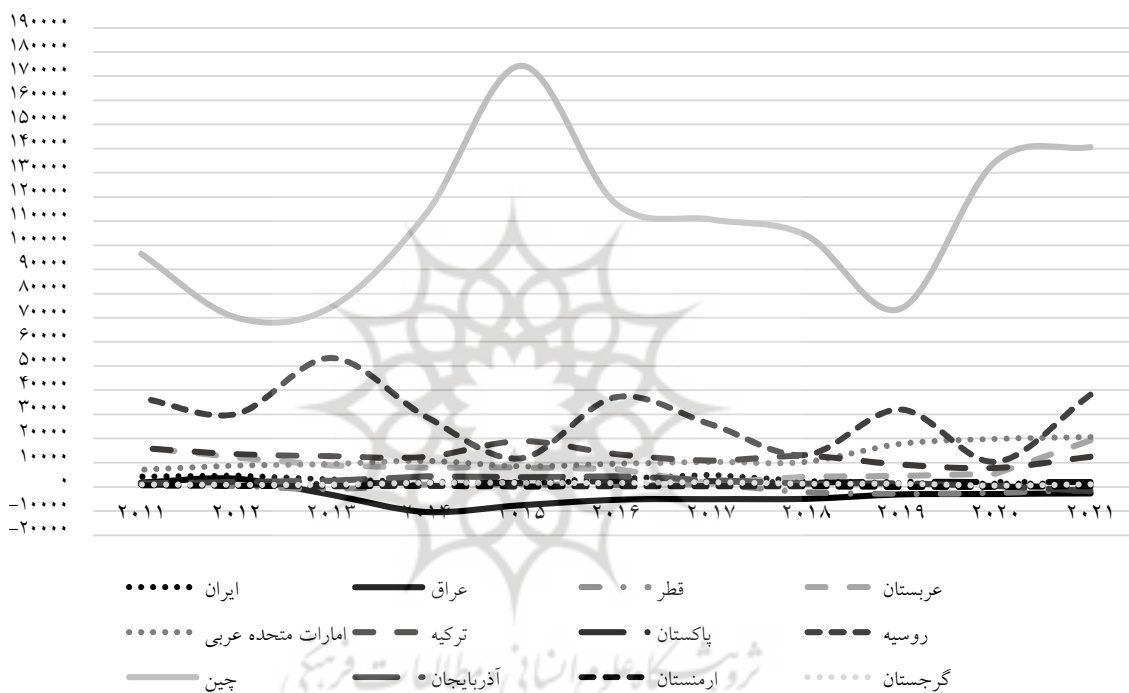
نکته شایان توجه در خصوص آمار میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی در کشور این است که با توجه به آمارهای متناقض منتشرشده، مشخص نیست که تا چه اندازه می‌توان به این ارقام محدود سرمایه‌گذاری خارجی اطمینان داشت. برای مثال، از سویی مقامات دولتی مدعی هستند که در ۶ ماه نخست سال ۱۴۰۱، افغانستان بیشترین میزان ورود سرمایه به کشور را داشته است. مقامات سازمان سرمایه‌گذاری خارجی نیز مدعی هستند که روسیه و امارات بیشترین سرمایه‌گذاری را در کشور داشته‌اند که بیش از ۵۰ درصد آن متعلق به روسیه بوده است. از سوی دیگر، مشخص نیست که آیا این میزان سرمایه‌گذاری واقعاً عملیاتی شده یا اینکه روی کاغذ و در حد تفاهم‌نامه‌ها و قرارداد باقی مانده است. در شرایط کنونی، روابط تجاری بین

همان‌طور که در نمودار شماره ۳ مشاهده می‌شود، بیشترین میزان جذب سرمایه خارجی در کشور، در سال ۲۰۱۷ و تنها معادل ۵ میلیارد دلار بوده است. در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹، میزان جذب سرمایه خارجی به شدت افت کرده و در سال ۲۰۲۱، به نزدیک ۱/۴ میلیارد دلار رسیده است. بر اساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس نیز تشکیل سرمایه ثابت ناخالص در سال‌های ۱۴۰۱-۱۳۸۳، نه تنها نزولی بوده، بلکه تشکیل سرمایه ثابت خالص در ۳ سال اخیر منفی بوده و برای ۳ ماه نخست سال ۱۴۰۱ نیز منفی اعلام شده است. اخیراً نیز وزارت صمت آمارهایی را درباره میزان سرمایه‌گذاری خارجی در بخش صنعت منتشر کرده است. براین اساس، در ۶ ماهه نخست سال ۱۴۰۱ در مقایسه با مدت مشابه سال پیش، سرمایه‌گذاری خارجی مصوب در بخش صنعت، ۸۳ درصد کاهش داشته و از ۲/۲ میلیارد دلار به ۳۸۲ میلیون دلار رسیده است. در شرایط کنونی، حتی سرمایه‌گذاران در داخل به دنبال سرمایه‌گذاری

به امضا رسیده است، اما در عمل محدودیت‌های جدی برای اجرای آن وجود دارد. خروج شرکت چینی ساینوپیک از توسعه میدان یادآوران در ماه‌های اخیر نیز نشان از بی‌میلی چین برای سرمایه‌گذاری در ایران است.

ایران و چین همچنان پابرجا و چین همچنان شریک اصلی تجاری کشور است، اما در ارتباط با همکاری با ایران و ورود سرمایه خود دچار عدم اطمینان است؛ زیرا چشم‌انداز روشنی از ثبات اقتصادی در ایران وجود ندارد. با اینکه توافق ۲۵ ساله با چین نیز

نمودار ۴- مقایسه جذب سرمایه‌گذاری خارجی ایران با کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای (میلیون دلار)



\*ارقام منفی به معنی کاهش ارزش جذب سرمایه‌گذاری خارجی است.

Source: UNCTAD website, 2022

متحد<sup>۱</sup>، جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ترکیه که در سال ۲۰۲۰ حدود ۱۵ درصد کاهش یافته بود، در سال ۲۰۲۱ با افزایش ۷۹ درصدی به حدود ۱۴ میلیارد دلار رسید. در این راستا، ورود سرمایه به بخش‌های صنعت، خدمات و کشاورزی ترکیه افزایش بیش از ۱۰۰ درصدی نسبت به سال پیش از آن (۲۰۲۰) داشته و به ۸/۴ میلیارد دلار رسیده است.

نمودار شماره ۴ مقایسه‌ای از جذب سرمایه خارجی در ایران و برخی کشورهای منتخب را نشان می‌دهد. بر اساس داده‌های آماری سازمان آنکتاد، در ۱۰ سال اخیر، روند جذب سرمایه‌گذاری خارجی در ایران در مقایسه با کشورهای همسایه مانند پاکستان و ترکیه با روند نزولی همراه بوده است. بر اساس گزارش «کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل

1. UNCTAD

جاده‌ای خواهد بود که برای شرکت‌های خارجی جذابیت چندانی ندارد.

## ۲-۳- عضویت ایران در پیمان‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای

امروزه آنچه در کنار تجارت کالایی اهمیت دارد، عضویت کشور در توافقات دو و چندجانبه منطقه‌ای و بین‌المللی است. انعقاد پیمان‌های دوجانبه یا چندجانبه تأثیرات عمیقی بر روابط اقتصادی و سیاسی با کشورهای مختلف دارد و اقتصاد داخلی و پول ملی کشورها را نیز دستخوش تغییراتی می‌کند. افزون‌بر دو متغیری که بررسی شد، متغیر اقتصادی دیگری که عملکرد دیپلماسی اقتصادی کشور را نشان می‌دهد؛ میزان همکاری‌های دوجانبه و چندجانبه با شرکای تجاری و سازمان‌های منطقه‌ای است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بیش از ۱۵۸ موافقت‌نامه دو یا چندجانبه بازرگانی، گمرکی و تجارت ترجیحی منعقد شده است (هرورانی، ۱۴۰۰)، اما تنها محدود به کاهش‌های تعرفه‌ای بوده که البته هم تعداد کالاهای مشمول تعرفه و هم مقدار کاهش تعرفه‌ها محدود بوده است؛ ضمن اینکه بررسی اقلام مشمول تخفیف تعرفه‌ای حاکی است که اقلام یادشده به لحاظ تعداد و ارزش صادراتی بر اساس اهمیت آن در سبد صادراتی کشور نبوده و بخش شایان توجهی از تجارت کشور با شرکای تجاری را پوشش نداده است (ثاقب، ۱۳۹۵).

همچنین، بی‌توجهی به الزامات و پیش‌نیازها از جمله ظرفیت تجاری بالقوه دو کشور، مزیت نسبی صادراتی و نیز عدم نظارت بر نحوه عملکرد و میزان

همان‌طور که مشاهده می‌شود، هند نیز از جمله کشورهایی است که در دهه اخیر روند جذب سرمایه‌گذاری خارجی در آن صعودی بوده است. گفتنی است هند از طریق سرمایه‌گذاری مشترک با شرکای عربی و مدیترانه‌ای خود سعی دارد در کریدور عرب-مد (عربستان-مدیترانه) جایگاه استراتژیک خود را به‌عنوان قدرت اقتصادی اوراسیا تعیین کند. به‌رغم تلاش هند در برقراری توازن با دیگر رقبای این کشور در سرمایه‌گذاری در بندر اقیانوسی چابهار با وجود معافیت‌های تحریمی تعلل کرده و مسیر گذرگاه مرزی عطاری به گذرگاه واگه پاکستان و از طریق تورخم به افغانستان را برای رساندن محموله‌های خود به کشورهای آسیای مرکزی انتخاب کرده است. با توجه به ریشه‌های فرهنگی، تمدنی و مسائل راهبردی، ایران کشوری مهم در سیاست خارجی هندی‌ها به شمار می‌رود و این اقدام هند به معنای دور زدن ایران نیست، اما بدون شک عدم تمایل و همکاری شرکای اروپایی با هند برای توسعه بندر چابهار (به دلیل تحریم‌ها)، در تعلل هند نقش داشته است؛ البته این تمام ماجرا نیست و نمی‌توان عدم توسعه و پیشرفت سرمایه‌گذاری شرکت‌های خارجی در بندر چابهار را تنها به هند نسبت داد؛ زیرا در داخل کشور نیز قرارداد با قرارگاه خاتم‌الانبیا برای توسعه خط چابهار-زاهدان هنوز بلا تکلیف است. اساساً ترانزیت در کشور متولی مشخص ندارد و نهادهای مختلف مرتبط با آن، گاه منافع متعارض با یکدیگر دارند. درحالی‌که بدون توسعه طرح‌های راه‌آهن، ایران تنها قادر به ترانزیت

این موضوع سبب شده است تا در شرایط کنونی ایران قدرت عمل لازم برای کاهش آثار تحریم‌ها را نداشته باشد (معصوم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین، مشخص نبودن اولویت‌های تجاری و صنعتی و نبود استراتژی باثبات در انتخاب کشورهای طرف همکاری بر عدم اثربخشی این موافقت‌نامه‌ها افزوده است. با توجه به اهمیت حضور و پیوستن به این گونه موافقت‌نامه‌ها، لازم است که در بهره‌گیری از شرکای اصلی تجاری به‌ویژه کشورهای همسایه مانند عراق، ترکمنستان، ارمنستان و جمهوری آذربایجان بررسی و در صورت امکان، برنامه‌ریزی برای جلب همکاری و مشارکت آن‌ها صورت گیرد.

درباره انعقاد توافقات منطقه‌ای می‌توان به موافقت‌نامه موقت تجارت آزاد ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا که از آبان سال ۱۳۹۸ لازم‌الاجرا شد، اشاره کرد که شامل کشورهای بلاروس، قزاقستان، روسیه، قرقیزستان و ارمنستان است. در اهمیت عضویت ایران در اتحادیه اقتصادی اوراسیا تردیدی نیست و پیوستن ایران به موافقت‌نامه تجارت آزاد اوراسیا به معنای دستیابی به بازار حدود ۳۰۰ میلیارد دلاری کشورهای این اتحادیه است که اگر ایران تنها بتواند درصد کمی از این بازار را در دست بگیرد، طبیعتاً به بازار بزرگی برای صادرات محصولات دست یافته است.

باید توجه داشت که ایران همچنان به پیمان اوراسیا نپیوسته و تنها تفاهمی با اعضای این

اثربخشی موافقت‌نامه‌های تجاری منجر به صورتی بودن و ناکارایی این موافقت‌نامه‌ها شده است. در بسیاری از کشورهای دنیا محاسبه شاخص‌های بازرگانی مانند شاخص شدت تجاری<sup>۱</sup>، شاخص پتانسیل تجاری<sup>۲</sup> و شاخص اکمال تجاری<sup>۳</sup> از جمله اقدامات اولیه برای ارزیابی و اثربخشی موافقت‌نامه‌های تجاری و بازرگانی است، اما این مهم نه تنها تاکنون مورد توجه قرار نگرفته است، بلکه به‌رغم تصویب موافقت‌نامه‌های متعدد در قالب‌های متفاوت، تاکنون هیچ گزارشی نیز مبنی بر ارائه عملکرد و اثربخشی آن‌ها توسط سازمان‌های متولی ارائه نشده است.

به لحاظ انعقاد موافقت‌نامه تجاری ترجیحی با شرکای تجاری، بررسی‌ها حاکی است که در دهه اخیر ایران موفق به انعقاد موافقت‌نامه تجاری ترجیحی تنها با یکی از ۱۵ شریک اول تجاری خود یعنی کشور ترکیه شده است. از سال ۱۳۸۴ تاکنون، ایران با کشورهای ازبکستان، پاکستان، تونس، کوبا، بوسنی‌هرزگوین، قرقیزستان، بلاروس، ترکیه، افغانستان و سوریه موافقت‌نامه دوجانبه اجرایی کرده است. این واقعیت که با کشورهایی مانند امارات و عراق (از شرکای اصلی تجاری با حجم بالای تجارت) حتی یک موافقت‌نامه در زمینه بازرگانی و گمرکی وجود ندارد، نشان‌دهنده انتخاب نامناسب شرکای تجاری در انعقاد موافقت‌نامه تجارت ترجیحی و نیز در حاشیه بودن اهمیت روابط تجاری نسبت به مسائل سیاسی کشور است. پیامدهای

1. Trade Intensity Index  
2. Trade Potential Index  
3. Trade Complementarity Index

منطقه صادر می‌کند، ترجیح و امتیاز بگیرد. گواهی مبدأ (سی‌تی-۳) دلالت بر این دارد که محل تولید یا ساخت کالا ایران است، اما اسناد ضمیمه کالا، جمهوری آذربایجان است. این موضوع سبب می‌شود تا طرف مقابل (کشورهای اوراسیا) به راحتی مدعی شود که اسناد کالا مغایرت دارد و کالای مربوط تولید ایران نیست و امکان صدور ترجیحات به ایران وجود ندارد.

ایران از بسیاری از ظرفیت‌ها در منطقه آسیای مرکزی غافل است، اما در این منطقه کشورهای کلیدی مانند ازبکستان و قزاقستان در تلاش هستند تا موقعیت حاکمیت ملی خود را تحکیم کنند و ظرفیت‌های منطقه آسیای مرکزی را افزایش دهند. برخی از این تلاش‌ها در میان مدت نتایج مؤثری نیز داشته است که «نشست مشورتی سران کشورهای آسیای مرکزی» یکی از مهم‌ترین آن‌ها به شمار می‌آید. همچنین، ساختارهای چندجانبه‌ای مانند سازمان همکاری شانگهای، سازمان پیمان امنیت جمعی، اتحادیه اقتصادی اوراسیا و کشورهای مستقل مشترک‌المنافع و... از جمله این تلاش‌ها برای منطقه‌گرایی کشورهای آسیای مرکزی به شمار می‌آید. در میان کشورهای آسیای مرکزی، الگویی تأثیرگذار از هم‌گرایی دو کشور ازبکستان و قزاقستان شکل گرفته است که به‌طور مستقل و فعالانه وارد مناسبات منطقه‌ای شده‌اند. در این راستا، دو کشور موقعیت‌های جغرافیایی خود را به مزیتی برای هم‌گرایی تبدیل کرده‌اند. طرح راه‌آهن سریع‌السير در مسیر ترکمنستان، چیمکنت، تاشکند و نیز راه‌آهن و

توافق‌نامه منعقد کرده است. این قرارداد موقت و ۳ ساله است. از سال ۱۳۹۸، مذاکرات برای ورود کامل و تجارت آزاد ایران با کشورهای اتحادیه اوراسیا آغاز شده است و پس از ۳ سال، مشخص می‌شود که ایران عضویتش را ادامه می‌دهد یا از توافق خارج می‌شود. در این تفاهم‌نامه ذکر شده است که ایران می‌تواند بر برخی از محصولات، تعرفه هماهنگ‌شده ترجیحی داشته باشد. همچنین، محصولاتی که از سمت ایران این ویژگی را دریافت می‌کنند که با تعرفه مناسب به بازار اوراسیا ورود یابند، محصولات کشاورزی هستند. این ظرفیت برای طرف مقابل نیز وجود دارد تا بخشی از محصولات پرمصرف کشاورزی مانند جو، گندم، ذرت و... را از ایران تأمین کند، اما در کنار این تفاهم‌نامه، محدودیت‌های زیادی نیز وجود دارد که مسیر استفاده از ظرفیت‌های موجود را مسدود کرده است. افزون‌بر تحریم‌ها که عمدتاً در مسیر تجارت با بسیاری از کشورها معضل انتقال پول را به وجود آورده است، مشکلات حمل‌ونقل با کشورهای اوراسیا از جمله ارمنستان یکی از اساسی‌ترین چالش‌هاست؛ زیرا تا پیش از این توافق‌نامه، زمینه جدی فعالیت با کشورهای اوراسیا وجود نداشت و به همین دلیل، ظرفیت‌های حمل‌ونقل متناسب با ظرفیت‌های موجود نیست. تنها کشور هم‌مرز ایران در میان کشورهای منطقه اوراسیا، ارمنستان است که جابه‌جایی کالا بین دو کشور از طریق حمل‌ونقل زمینی بسیار ناچیز و محدود است. براساس توافق‌نامه ایران و کشورهای اتحادیه اقتصادی اوراسیا، قرار است در مقابل حدود ۵۰۰ قلم کالایی که ایران به این

شانگهای وجود دارد، پرسش اساسی این است که سازمان همکاری شانگهای تا چه اندازه انتفاع اقتصادی در میان‌مدت یا بلندمدت برای اقتصاد ایران دارد؟

افزایش قدرت چانه‌زنی در بین کشورهای منطقه و گسترش روابط تجاری با کشورهای عضو از جمله فرصت‌های بالقوه‌ای است که ایران می‌تواند از آن بهره‌مند شود اما باید این نکته مهم را مورد توجه قرار داد که با توجه به اینکه سطح توسعه‌یافتگی در کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای متفاوت است و بر اساس آمارهای موجود، عمده سهم شاخص‌های کلان اقتصادی مانند رشد اقتصادی، جریان سرمایه‌گذاری و درآمد سرانه کشورهای عضو سازمان شانگهای متعلق به کشورهای هند و چین است، شاید دیگر کشورها اثرگذاری چندانی برای اقتصاد ایران نداشته باشند. این عدم اثرگذاری دیگر کشورها باعث می‌شود که ورود به روابط تجاری با این کشورها لزوماً برای ما منفعت ایجاد نکند و شاید تمرکز روی چین برای اقتصاد ایران منفعت بیشتری ایجاد کند. اصلی‌ترین و مهم‌ترین منفعتی که سازمان شانگهای برای ایران دارد، تسهیل قراردادهای دوجانبه است که در حال حاضر نیز این موضوع بیشترین کاربرد را در سازمان همکاری شانگهای دارد.

در خصوص توافق راهبردی اخیر ۲۵ ساله ایران و چین نیز باید توجه داشت که در صورتی که نتیجه این توافق، نزدیکی مناسبات اقتصادی ایران و به‌نوعی برقراری تجارت آزاد باشد و راه برای ورود تمام

بزرگ‌راه اوچکودوک-قیزیل مورد بحث قرار گرفته است؛ طرح‌هایی که افزون‌بر تأثیرات منطقه‌ای، در تقویت کریدور شمال-جنوب هم اثرگذار است و حجم تجارت و تنوع تجاری بین دو کشور را افزایش می‌دهد و از هزینه‌های حمل‌ونقل می‌کاهد.

در کنار بازارهای یادشده، بازارهای کشورهای چین، هند و روسیه نیز به‌عنوان اقتصادهای بزرگ بسیار حائز اهمیت است. می‌توان از ظرفیت این کشورها در راستای تأمین نیازهای وارداتی و ایجاد انگیزه لازم برای جلب مشارکت و همکاری این کشورها برای انعقاد موافقت‌نامه تجاری البته در راستای منافع ملی کشور بهره برد. در ادامه نکاتی در خصوص مناسبات اقتصادی با کشور چین به عنوان شریک استراتژیک ایران در پیمان‌های منطقه‌ای و دوجانبه اشاره شده است.

نگاهی به سیاست خارجی ایران درباره عضویت ایران در سازمان همکاری شانگهای نشان می‌دهد که ایران بسیار تلاش کرد تا با پیوستن به این سازمان و تبدیل شدن به عضو آن، دست‌کم در برخی از تصمیم‌های منطقه‌ای، وزن راهبردی خود را با برخی از کشورهای منطقه مانند چین و روسیه برابر کند. حواشی‌ای که در سطح سیاست بین‌الملل برای ایران وجود دارد، می‌تواند در مسیر تکمیل عضویت ایران مخرب باشد. برای مثال، در صورتی که تحریم‌های شورای امنیت برگردد و تنش‌ها علیه ایران در سطح بین‌المللی افزایش یابد، ایران نمی‌تواند عضو سازمان همکاری شانگهای شود. فارغ از ابهامات و موانعی که در مسیر عضویت قطعی ایران در سازمان همکاری

از تعاملات آینده با ایران شده است. در حال حاضر چین به شریک تجاری عمده کشورهای عربی حوزه خلیج فارس تبدیل شده و روابط اقتصادی در حال گسترشی با آنها برقرار و قراردادهای بلندمدت انرژی با قطر و عربستان امضا کرده است. این در حالی است که در عمل به رغم قرارداد همکاری ۲۵ ساله بین دو کشور، چین سرمایه‌گذاری در ایران صورت نداده است؛ اقدامی که بر اساس دیپلماسی اقتصادی دور از ذهن نیست. در این راستا می‌توان به انتشار بیانیه مشترک چین و کشورهای عربی در آذر سال ۱۴۰۱ اشاره کرد. از بیانیه مشترک چین و عربستان می‌توان این‌گونه برداشت کرد که چین دلیلی برای انتظار بیشتر در راستای رفع تحریم‌های ایران ندارد و از این پس این احتمال وجود دارد که تعاملات اقتصادی با ایران تنها در سطح تبادلات تجاری مرسوم و نه طرح‌های بلندمدت باشد. استمرار این وضعیت باعث می‌شود که کشورهای رقیب منطقه‌ای ایران از اهرم‌های بیشتری برای تأثیرگذاری سیاست‌های چین در قبال ایران برخوردار باشند.

توافق اخیر ایران و عربستان با میانجیگری چین حاوی این پیام است که چین برای کسب هرچه بیشتر جایگاه قدرت در غرب آسیا با راهبرد اقتصادی، ابزارهای گوناگونی را به کار گرفته و این بار از ابزار میانجیگری استفاده کرده است. بدون شک این اقدام چین نه تنها می‌تواند برای ارتقای اعتبار بین‌المللی این کشور مفید باشد، بلکه چین این موضوع را به خوبی درک کرده که برای عملیاتی کردن طرح‌های اقتصادی خود در منطقه غرب آسیا نیازمند محیطی آرام، باثبات

کالاهای تولیدشده در دو کشور برای یکدیگر آزاد و موانع گمرکی برداشته شود، تردیدی نیست که دست‌کم با وضعیت و شرایط امروز، کیفیت تولید ایران و میزان بهره‌وری و رقابت‌پذیری بخش صنعت با تهدید جدی مواجه خواهد شد. بنابراین، بعید است که چین بخواهد از طریق این توافق راهبردی اقتصاد ایران را قدرتمندتر و از اهرم قدرت سیاسی ایران در منازعه با آمریکا استفاده کند. با توجه به اینکه بر اساس برآوردها در سال ۲۰۳۰ چین به قدرت نخست جهان تبدیل خواهد شد، این توافق در ذات خود ارزشمند است و ابزاری برای چانه‌زنی سیاسی با دیگر کشورها را فراهم می‌کند، اما آنچه باید در این توافق اصل قرار گیرد، مصالح و منافع ملی کشور است و نباید اجازه داد تا طرف مقابل برای کشور تصمیم‌گیری کند. به دستگاه دیپلماسی کشور توصیه می‌شود که نه تنها تجربه همکاری ایران با چین و قرارداد در حوزه‌های دیگر را مدنظر قرار دهد تا خطاهای گذشته تکرار نشود، بلکه تجربه چین در قراردادهای بلندمدت با کشورهای دیگر نیز دقیق مطالعه شود. نکته کلیدی دیگر اینکه، آنچه به امضا رسیده، تنها سند همکاری بوده است و پیش از امضای قرارداد همکاری مشترک باید نیازهای اقتصاد کشور شناسایی و اولویت‌های همکاری نیز مشخص شود.

نکته حائز اهمیت درباره سیاست خارجی این است که تحولات اخیر در نظام بین‌الملل به‌ویژه تحولات جنگ روسیه و اوکراین و نیز به نتیجه نرسیدن برجام سبب ایجاد نااطمینانی‌هایی برای چین



و هم به اهداف تعیین شده در حوزه تجارت خارجی کشور برسد.

### ۲-۳- تعدد، مداخله‌گری و ناهماهنگی بین نهادهای تصمیم‌گیر

یکی از مهم‌ترین دلایل ضعف در عملکرد دیپلماسی اقتصادی کشور فقدان هماهنگی بین نهادهای تصمیم‌گیر و تعدد کارگزاری‌ها و در نتیجه، تداخل مسئولیت‌هاست. در حال حاضر نهادهای متعددی وجود دارد که هر یک به نوعی در بحث تجارت فعال هستند. در حوزه اقتصادی، ده‌ها نهاد و سازمان دولتی و غیردولتی فعال هستند، اما هنوز مشخص نیست که کدام یک از آن‌ها متصدی حوزه دیپلماسی اقتصادی هستند. از جمله این نهادها، سازمان توسعه تجارت، معاونت دیپلماسی وزارت امور خارجه، اتاق‌های مشترک ایران و معاونت علمی ریاست جمهوری که هر یک به صورت مستقل فعالیت می‌کنند. افزون بر این نهادها، نهادهای حاکمیتی مانند سپاه پاسداران و بنیاد مستضعفان نیز عمدتاً در طرح‌های بزرگ به‌ویژه در کشور عراق ورود می‌یابند. از این رو هر یک از فعالان بخش خصوصی برای ورود به بازار کشورها از طریق هر یک از این مجراها می‌توانند اقدام کند. تعدد نهادهای تصمیم‌گیر معلول فقدان اجماع درباره استراتژی مشخص در دیپلماسی اقتصادی است، اما وجود نهادهای متعدد و بدون سازمان‌دهی در تصمیم‌گیری در حوزه تجارت سبب شده است تا نه تنها هیچ اتاق فکر، خط‌مشی و استراتژی مشخصی در تجارت با کشور مقابل وجود نداشته باشد، بلکه زمینه ابهام و تردید را در بین تصمیم‌گیران این حوزه

و به‌دور از تنش است؛ ضمن اینکه در دست داشتن بازار انرژی توسط دو کشور ایران و عربستان، انگیزه چین را برای این میانجیگری افزایش داده است.

### ۳- چالش‌های دیپلماسی اقتصادی ایران در سطح منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای

شاخص‌های اقتصادی مورد بررسی در بخش قبلی نشان می‌دهد که عملکرد دیپلماسی اقتصادی ایران در سال‌های اخیر چندان موفق نبوده است. پرسش مطرح این است که چرا مجریان دیپلماسی اقتصادی نتوانسته‌اند نقش تعیین‌کننده در این زمینه داشته باشند؟ در این راستا، هشت عامل اصلی برای عدم موفقیت دیپلماسی اقتصادی ایران بیان شده است.

#### ۱-۳- فقدان استراتژی مشخص در دیپلماسی اقتصادی

یکی از نکات مهمی که در مناسبات اقتصادی با کشورهای جهان باید مورد توجه قرار دارد، وجود اجماع داخلی در خصوص دیپلماسی اقتصادی است. فقدان تعریف روشن و مشخص و نبود اجماع داخلی درباره دیپلماسی اقتصادی ایران سبب شده است تا اهداف، شیوه‌ها و ابزارهای دیپلماسی اقتصادی مبهم باشند؛ ضمن اینکه جایگاه تجارت خارجی و دیپلماسی اقتصادی کشور مشخص نیست. در این راستا، با به‌کارگیری تجربه دیگر کشورها، حاکمیت باید بررسی‌های لازم را انجام دهد و مشخص کند که در خصوص ایران، سازمان توسعه تجارت چه ساختاری داشته باشد و دیپلماسی اقتصادی کشور چگونه تعریف و طراحی شود که هم پاسخ‌گو باشد

ایجاد کرده است که نتیجه آن، از بین رفتن فرصت‌های موجود است.

### ۳-۳- ضعف در ایجاد شبکه تجاری (توزیع و پشتیبانی) و بازاریابی محصولات ایرانی

یکی از چالش‌هایی که سبب شده است ایران نتواند در بازار کشورهای همسایه نفوذ مسلط اقتصادی داشته باشد، این است که متأسفانه شرکت‌های ایرانی در بازار این کشورها فعال نیستند و هیچ نمایندگی و دفتری ندارند. تا زمانی که شرکت‌ها نتوانند وارد بازار کشورهای همسایه شوند، نمی‌توانند حضور خود در آن کشور را تثبیت کنند. بسیاری از تاجران و فعالان بخش خصوصی که بدون شناسایی کف بازار کالاهای مصرفی کشورها و جمع‌آوری اطلاعات میدانی، وارد آن شده‌اند، متأسفانه نتوانسته‌اند موفق عمل کنند و پس از مدتی یا شکست خورده یا مجبور به فروش محصولات خود با قیمت‌های پایین‌تر شده‌اند؛ ضمن اینکه بسیاری از این شرکت‌ها که برای ورود به بازار کشورهای دیگر ابراز تمایل می‌کنند، حاضر به هزینه کردن برای شناسایی بازار و مشتریان نیستند. اصل نخست برای موفقیت در فعالیتهای بازاریابی این است که شرکت در بازار هدف حضور فیزیکی برای تبلیغات، جذب مشتری و احداث انبارها داشته باشد. افزون‌بر موارد یادشده، یکی دیگر از مواردی که مزید بر علت شده است تا عملکرد نه‌چندان مناسبی در عرضه محصولات ایرانی در بازار کشورهای همسایه داشته باشیم، فقدان شبکه تجاری است. بسیاری از کشورها برای نفوذ اقتصادی در بازار کشورهای و تسهیل عرضه محصولات خود، نیروهای

خود را برای سال‌ها در کشور هدف به‌عنوان تاجر مستقر کرده‌اند و به آن‌ها آموزش‌های لازم را می‌دهند. ترکیه مثال موفقی در ایجاد شبکه تجاری در آلمان است. شبکه تجاری ترکیه در کشور آلمان مثال بسیار خوبی است. آلمان‌ها در راستای اجرای سیاست‌های توسعه‌گرا پس از جنگ جهانی دوم، مشکل نیروی انسانی داشتند و از نیروهای فنی و تکنیسین کشور ترکیه استفاده کردند. شبکه تجاری ترکیه در حال حاضر در کشورهای اروپایی و آلمان بسیار قوی است. آخرین ارتباطات فنی و فناوری که در اروپا ایجاد می‌شود، پس از چند ماه در ترکیه وارد می‌شود. این شبکه تجاری باعث شده است تا ترک‌ها دست برتر را در بازار اروپا به لحاظ خدمات فنی داشته باشند.

### ۳-۴- عدم استفاده کارآمد و مناسب از بستر نهادها و سازمان‌های منطقه‌ای

همان‌طور که اشاره شد، ایران از سال ۱۳۸۴ تاکنون در سطوح دو جانبه با کشورهای پاکستان، تونس، کوبا، بوسنی‌هرزگوین، قرقیزستان، بلاروس و ترکیه موافقت‌نامه تجارت ترجیحی را اجرایی کرده است. دستگاه دیپلماسی کشور در انعقاد موافقت‌نامه دوجانبه با شرکای اصلی تجاری کشور ضعیف عمل کرده و کوتاهی کرده است. نکته دیگر شایان توجه اینکه، متأسفانه مشخص نیست کدام متولی یا نهاد مسئولیت مذاکرات با کشورها در ساختار دیپلماسی اقتصادی را دارد. درباره توافق‌های تجاری چندجانبه نیز در حال حاضر ایران تنها در دو توافق ۱- موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ۸ کشور بزرگ اسلامی (دی هشت) و ۲- توافق تجاری ایران با

تا عراق یک طرح راه‌سازی را از ایران بگیرد و به ترکیه دهد. توجیهی که عراقی‌ها برای این کار ارائه کردند این بود که ایران برای این طرح شرکت وابسته به نهادی نظامی را معرفی کرده که بیشتر به دنبال عملیاتی کردن امور امنیتی و سیاسی است.

### ۳-۶- الگوهای متعدد و بعضاً متناقض از توسعه در مقاطع زمانی مختلف در کشور

یکی از دلایل ضعف در دیپلماسی اقتصادی، الگوهای متعدد و بعضاً متناقض از توسعه در برهه‌های زمانی مختلف است. باید تعریف جامعی از دیپلماسی در عرصه سیاست‌گذاری اقتصادی خارجی وجود داشته باشد؛ به‌گونه‌ای که در هر دولت اولویت‌ها در سیاست خارجی متفاوت نباشد. نگاه دولت‌ها و عملکرد اقتصادی آن‌ها تابع شرایط و مقتضیات بوده و نگاه ثابت و مشخصی در بین آن‌ها وجود نداشته است. در برهه‌ای، الگوی بازار آزاد رواج داشته و در برهه دیگر، بر نگرش‌های نزدیک به اقتصاد دولت‌گرا تأکید شده است یا در برهه‌ای، الگوبرداری از کشورهایمانند چین رواج داشته است. شاهد این موضوع آن است که در مقطعی، عضویت در سازمان جهانی تجارت تبدیل به اولویت می‌شود و در مقطع دیگر، این موضوع از اولویت خارج می‌شود و نگاه به اقتصاد دولت‌گرا و تمرکز بر داخل در اولویت قرار می‌گیرد.

### ۳-۷- کمبود دیپلمات و رایزن تجاری و اقتصادی متخصص

یکی از چالش‌های مهم در حوزه دیپلماسی اقتصادی این است که متأسفانه کشور با کمبود دیپلمات اقتصادی و تجاری مواجه است. به عبارتی، در نظام

اتحادیه اوراسیا حضور دارد؛ البته دو توافق تجاری چندجانبه دیگر نیز وجود دارد؛ ۱- موافقت‌نامه‌های تجاری ترجیحی کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی و ۲- توافق تجارت ترجیحی در چهارچوب سازمان همکاری‌های اگو که هنوز اجرایی نشده است. متأسفانه در بدنه دستگاه دیپلماسی کشور نه‌تنها نگاه سیاسی و تشریفاتی به موضوع توافقات تجاری وجود دارد، بلکه هیچ سازوکاری برای نظارت و ارزیابی عملکرد توافقات تجاری موجود نیز وجود ندارد.

### ۳-۵- تسلط نهادهای نظامی و حاکمیتی در مناسبات تجاری

یکی از مشکلات موجود در برقراری مناسبات اقتصادی با کشورها به‌ویژه کشورهای همسایه این است که مسئولیت اصلی برنامه‌ریزی و ارائه راهبرد برای روابط اقتصادی بر عهده نهادهای نظامی و امنیتی است. به نظر می‌رسد که نوعی انحصارطلبی در حوزه تجارت سبب شده است تا نهادهای بخش خصوصی کشور دست‌کم به‌راحتی امکان ورود به این حوزه را نداشته باشند. این دیدگاه که نهادهای نظامی و امنیتی باید مدیریت بخش‌های اقتصادی کشور را در دست داشته باشند، باید تغییر کند. به‌عبارت‌دیگر، مانند حضور ترکیه در عراق، نهادهای حاکمیتی باید نقش پشتیبان و هماهنگ‌کننده بخش خصوصی را برای حضور پررنگ‌تر داشته باشند. در صورتی که ایران بخواهد با رویکرد کنونی که مبتنی بر اهداف سیاسی است، در عراق حضور داشته باشد، در بلندمدت جایگاه ایران در این کشور مشخص نخواهد شد؛ چنان‌که همین موضوع سبب شده است

چهارچوب منسجمی ندارد و اهداف دیپلماسی اقتصادی مبهم است. این ابهام، هم در مسیر روابط تجاری کشور و هم در رویکرد شرکای تجاری تأثیر منفی داشته است. بر مبنای آمار و اطلاعات موجود، ایران با وجود بازار پیرامونی مناسب، نتوانسته است از فرصت‌های بالقوه در منطقه به‌خوبی بهره‌برداری کند. موفقیت در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های تجاری نیازمند وجود دیپلماسی اقتصادی مناسب است که موفقیت آن نیز نیازمند به‌کارگیری رویکرد فعال در مناسبات تجاری منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای با اولویت نگرش اقتصادی در راستای کسب حداکثر منافع تجاری است. یکی از نکات حائز اهمیت در خصوص دیپلماسی اقتصادی که باید مورد توجه قرار گیرد این است که چگونه منافع دوجانبه و متقابل همکاری می‌تواند امنیت اقتصادی کشور را تحت تأثیر قرار دهد. دستیابی به رتبه نخست در منطقه نه تنها نیازمند شناسایی تهدیدات اقتصادی و رفع نقاط ضعف و برطرف کردن آسیب‌پذیری‌های اقتصاد و تجارت خارجی کشور هم در حوزه منطقه‌ای و هم جهانی است، بلکه نیازمند آن است که دیپلماسی اقتصادی کشور بر پایه منافع بخش‌های دولتی و خصوصی باشد تا بتواند امنیت اقتصادی را افزایش دهد. در این راستا، رفع چالش‌های فراروی دیپلماسی اقتصادی کشور هم در سطح منطقه‌ای و هم فرامنطقه‌ای، نیازمند به‌کارگیری برخی الزامات است که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

**– ایجاد چهارچوب مدیریتی مناسب در دیپلماسی اقتصادی:** همان‌طور که اشاره شد، اهداف، روش‌ها

دیپلماسی کشور، دیپلمات‌ها به‌صورت علمی و نظام‌مند تربیت نشده‌اند. همچنین، در حال حاضر حتی برخی از ریزن‌های بازرگانی به حوزه کاری خود مسلط نیستند و تسلط لازم برای کارهای بازرگانی را ندارند و حتی با روش‌های دریافت و ثبت اطلاعات نیز آشنا نیستند. این در حالی است که جمع‌آوری اطلاعات اقتصادی و تجاری از بازارهای هدف بسیار حائز اهمیت است. همچنین، به دلیل ضعف در نظام پرداختی به کارکنان خارج از کشور، اغلب مأموران اعزام‌شده از پرداخت حقوق‌های خود ناراضی هستند و همین موضوع بر کارایی آن‌ها اثرگذار بوده است.

### نتیجه‌گیری و پیشنهاد راهکارها

ارتباط بین دیپلماسی اقتصادی و رشد تولید، ارتباطی دوسویه است. همان‌طور که متغیرهای کلان کشور مانند تولید می‌تواند بسترساز دیپلماسی موفق اقتصادی باشد، سیاست‌گذاری‌های تجاری کشور در حوزه دیپلماسی اقتصادی از جمله میزان روابط تجاری، میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی و میزان موفقیت در عضویت در موافقت‌نامه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی می‌تواند شتاب‌دهنده تولید باشند. موفقیت در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های تجاری نیازمند به‌کارگیری رویکرد فعال در مناسبات تجاری منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای با اولویت نگرش اقتصادی در راستای کسب حداکثر منافع تجاری است.

نگاهی به عملکرد دیپلماسی اقتصادی کشور حاکی است که ایران در تعاملات بین‌المللی خود

مقابل به‌ویژه کشورهای همسایه، به‌جای کانال نهادهای یادشده از طریق لینک‌های سنتی خودشان وارد شوند. نکته دیگری که در این باره باید مورد توجه قرار گیرد این است که ضمن جلوگیری از پراکندگی و ناهماهنگی نهادهای مربوط و ایجاد فرماندهی واحد، نباید کارکرد نهادها نیز انحصاری باشد.

**- تلاش در راستای افزایش اثربخشی موافقت‌نامه‌های تجاری:** باید توجه داشت که صرف افزایش تعداد موافقت‌نامه و افزایش اقلام برخوردار از تعرفه، لزوماً به معنای اثربخشی آن نیست. بررسی اجمالی موافقت‌نامه‌های منعقد شده میان ایران و دیگر کشورها حاکی است که متأسفانه غالب این موافقت‌نامه‌ها در سطوح پایین همکاری که همان موافقت‌نامه‌های ترجیحی است، تصویب شده است. شرایط کنونی حاکم بر موافقت‌نامه‌های دو یا چندجانبه حاکی است که از آنجاکه اولویت‌های صنعتی و تجاری کشور از پیش مشخص نشده بود، عمدتاً پس از تصویب نیز نحوه عملکرد و اثربخشی آن‌ها مورد ارزیابی سازمان متولی قرار نگرفته است. توصیه می‌شود سیاست‌گذاران حوزه تجارت خارجی پیش از انعقاد توافق‌نامه، جهت‌گیری سیاست‌های تجاری در صنایع مختلف را ارزیابی و مشخص کنند. برای مثال، اینکه کدام صنعت نیاز به حمایت تعرفه‌ای و برای چه دوره‌ای این حمایت را نیاز دارد، مشخص شود. افزایش اثربخشی موافقت‌نامه‌های بازرگانی میان ایران و شرکای تجاری نیازمند اقدامات تخصصی‌تر است و نباید تنها معطوف به کاهش موانع

و ابزارهای دیپلماسی اقتصادی در کشور با ابهام روبه‌روست. بنابراین، در گام نخست باید سند مشخصی برای دیپلماسی اقتصادی کشور تدوین شود. در این خصوص حاکمیت کشور باید بررسی‌های لازم را انجام دهد و مشخص کند که دیپلماسی اقتصادی کشور چگونه تعریف و طراحی شود که هم پاسخ‌گو باشد و هم به اهداف تعیین‌شده در حوزه روابط خارجی از نگاه اقتصادی کشور برسد. باید توجه شود که موفقیت دیپلماسی اقتصادی نیازمند چشم‌انداز مناسب از منافع ملی در سطوح منطقه‌ای و جهانی است. برای ایجاد چهارچوب مدیریتی و فرماندهی واحد در سیاست‌گذاری‌ها، تشکیل اتاق فکر در شورای عالی امنیت ملی کشور برای جهت‌دهی و مدیریت بازار کشورهای مقابل و ایجاد تمرکز در تصمیم‌گیری‌ها توصیه می‌شود تا هم‌زمان از ریسک‌ها و ناکارآمدی‌ها بکاهد و چشم‌اندازی برای آینده حضور ایران در سطح منطقه‌ای و فرماندهی طراحی کند.

**- هماهنگی و انسجام بین نهادهای تصمیم‌گیر:** با وجود تعدد نهادهای تصمیم‌گیر، هیچ متولی معینی در این حوزه وجود ندارد و مشخص نیست که کدام‌یک از این نهادها، کار حاکمیتی در سطح کلان، کدام‌یک اقدامات اجرایی و کدام‌یک کار نظارت و تسهیلگری را انجام می‌دهند. به‌عبارت‌دیگر، کارکرد نهادها مشخص نیست. نکته شایان توجه اینکه، بیشتر این نهادها تمایل دارند در تمام سطوح یادشده ورود یابند. عدم سازمان‌دهی و هماهنگی یادشده سبب شده است تا فعالان بخش خصوصی برای ورود به بازار کشور

بخش عمده‌ای از تجارت به‌ویژه با کشورهای همسایه، سنتی و درکارخانه‌ای است. به نظر می‌رسد که مهم‌تر از اینکه چه گروه کالایی به کشور مقابل صادر شود، باید روش‌های نزدیک شدن به بازار مصرفی و تقویت شبکه تجاری بررسی شود. از جمله این روش‌ها می‌توان به بنکداری و عمده‌فروشی، پخش مویرگی و خرده‌فروشی اشاره کرد. در بسیاری از کشورها برای تقویت شبکه تجاری، نفوذ اقتصادی در بازار کشورها و تسهیل عرضه محصولات خود، نیروهای خود را برای سال‌ها در کشور هدف به‌عنوان تاجر مستقر کرده‌اند و به آن‌ها آموزش‌های لازم را می‌دهند. ضعف در تربیت نیروی انسانی در موضوع تسهیل بازاریابی در بازار کشورهای یکی از ضعف‌های اصلی در حوزه روابط خارجی ایران است. ایجاد چنین شبکه تجاری، فرایندی زمان‌بر و بلندمدت است، اما اگر از اکنون این سیاست مورد توجه قرار گیرد، در آینده نزدیک می‌توان انتظار داشت که در بازار کشورها به‌ویژه کشورهای همسایه حضور موفق‌تری داشت.

**- رصد و شناسایی به‌روز و بدون واسطه بازار کشورها:** شناخت کافی از ساختار بازار کشورها و نیاز مصرف‌کننده یکی از اصلی‌ترین گام‌ها در راستای توسعه مناسبات اقتصادی با کشورهاست. این موضوع حتی درباره کشورهای هم‌پایه هم که شریک اصلی تجاری کشور شمرده می‌شوند، مورد توجه قرار نگرفته است. تا زمانی که فعالان اقتصادی از نیاز و ساختار بازار کشور مقابل آگاهی کامل نداشته باشند، قادر به عرضه مناسب محصولات خود نخواهند بود.

تعرفه‌ای باشد و باید موانع غیرتعرفه‌ای را نیز شامل شود. در قالب این توافق‌نامه‌ها، پس از تعیین کالا یا خدمات مناسب برای ارتقای تجارت دوجانبه، تسهیل تجارت در زمینه‌های گمرکی، حمل‌ونقل، استانداردها و... نیز باید بین دو کشور حل‌وفصل شود.

**- توجه به الزامات پیشین در انعقاد موافقت‌نامه دو یا چندجانبه:** تصویب قوانین موافقت‌نامه بازرگانی بین ایران و شرکای تجاری گامی مهم در راستای گسترش روابط تجاری با شرکای تجاری است، اما عملیاتی کردن و افزایش اثربخشی این موافقت‌نامه‌ها نیازمند اقدامات اولیه و تخصصی‌تر است. در این راستا، پیش از انعقاد موافقت‌نامه‌ها، انتخاب درست شریک تجاری و طیف صحیحی از کالاهای تجاری مورد توجه قرار گیرد. همچنین، توجه به جنبه‌های فنی و تخصصی از جمله محاسبه شاخص‌های بازرگانی مانند میزان اکمال تجاری، شدت تجاری و پتانسیل تجاری نیز بسیار حائز اهمیت است؛ زیرا انعقاد قرارداد به‌خودی‌خود منجر به افزایش مراودات تجاری نمی‌شود و باید ساختار کشورها به‌دقت مورد ارزیابی قرار گیرد. با توجه به اینکه کشورها ساختارهای اقتصادی و شرایط متفاوتی دارند، ساختار موافقت‌نامه‌ها نیز نباید شکل استاندارد و کلی یکسانی برای تمام کشورها داشته باشد و باید متناسب با شرایط کشور مقابل باشد.

**- ایجاد و تقویت شبکه تجاری (توزیع و پشتیبانی) و بازاریابی محصولات ایرانی:** فقدان استراتژی مشخص در تجارت دوجانبه سبب تسلط تجارت پبله‌وری، فصلی و مقطعی شده است؛ به‌گونه‌ای که

۸۰ درصد آن غیرفعال است. با توجه به هم‌مرز بودن استان سیستان و بلوچستان با کشورهای افغانستان و پاکستان، فعال‌سازی بازارچه‌های مرزی غیرفعال در این مسیر و اقدامات زیرساختی لازم برای آن‌ها نه تنها در توسعه منطقه‌ای استان سیستان و بلوچستان اثرگذار است، بلکه تحقق اهداف اصلی دیپلماسی اقتصادی یعنی توسعه مناسبات اقتصادی با کشورهای همسایه را هم آسان می‌کند.

**- ایجاد کنسرسیوم‌های صادراتی:** در راستای تقویت شبکه تجاری و اقتصادی کشور، تقویت خوشه‌های صنعتی یا کنسرسیوم‌ها توصیه می‌شود؛ زیرا می‌تواند منبع تأمین شبکه‌های تجاری باشد. شاید یک کارخانه کوچک و متوسط نتواند مجوز صادرات بگیرد، اما کنسرسیوم آن‌ها بتواند در این باره اقدامی انجام دهد. باید با ایجاد پیوند بین شرکت‌های کوچک و متوسط، نسبت به تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی اقدام شود. همچنین، همکاری مشترک بین شرکت‌های کوچک و متوسط داخلی و شرکت‌های کوچک و متوسط بازارهای هدف باید مورد توجه اتاق‌های مشترک قرار گیرد. این موضوع به شناسایی نیازهای بازار هدف و فرصت‌های تجاری-صنعتی کمک شایانی می‌کند.

**- استفاده کارآمد و مناسب از بستر نهادها و سازمان‌های منطقه‌ای:** یکی از مهم‌ترین گام‌ها برای توسعه تجارت کشور در سطح جهانی، تقویت همکاری‌های تجاری منطقه‌ای است. توصیه می‌شود که در راستای تقویت دیپلماسی اقتصادی کشور از طریق دیپلمات‌های باصلاحیت حرفه‌ای برای مذاکره

باید تحولات و رخدادها در کشور مقابل به صورت به‌روز و بدون واسطه و پیش‌فرض مورد رصد قرار گیرد.

**- کمک به بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای کوچک:** یکی از راهبردهایی که در تقویت دیپلماسی اقتصادی کشور اثرگذار است، حمایت از کسب‌وکارهای کوچک است. حرکت از بازارهای ملی به سمت بازارهای بین‌المللی تصمیم بسیار مهمی برای کسب‌وکارهای کوچک است که با توجه به توان مالی اندک و حوزه جغرافیایی محدود، با چالش‌ها و محدودیت‌های زیادی برای آن‌ها همراه است. در این راستا، پایش بازارهای هدف و ارائه اطلاعات کاربردی و خدمات به شرکت‌های تسهیل‌کننده، ایجاد دسترسی شرکت‌های داخلی به بازارهای خارجی و برقراری پیوند بین شرکت‌های کوچک و متوسط توصیه می‌شود.

**- تقویت بازارچه‌های مرزی:** یکی از راهبردهایی که برای تقویت دیپلماسی اقتصادی کشور و در راستای اولویت‌دهی به کشورهای همسایه باید مورد توجه قرار گیرد، تقویت بازارچه‌های مرزی کشور است. بازارچه‌های مرزی نه تنها اهرمی برای هرگونه تحرک و فعالیت اقتصادی و ایجاد گردش پول و افزایش درآمد در مناطق محروم مرزی هستند، بلکه در توسعه همکاری‌های اقتصادی با کشورهای همسایه نقش پراهمیتی دارند. با توجه به اینکه با ۱۵ کشور همسایه هم‌مرز هستیم و ۱۶ استان کشور مرزی هستند، می‌توان از این ظرفیت بهره‌مند شد. بنا بر اظهارات مقامات رسمی کشور از ۴۲ بازارچه مرزی در کشور،

- ثاقب، حسن، فتحی، رحمانی، میترا، محبی، حمیدرضا (۱۳۹۵)، تحلیلی بر موافقت نامه های تجاری دوجانبه منعقد شده بین ایران و شرکای تجاری، مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.

- گزارش کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد (UNCTAD, 2022).

- هرورانی، حسین، فراهانی فرد، سعید، (۱۴۰۰)، آسیب شناسی موافقتنامه های ترجیحی، بازرگانی و گمرکی در تجارت خارجی کشور، فصلنامه بررسی مسائل اقتصاد ایران، دوره ۸، شماره ۲ (شماره پیاپی: ۱۶).

- معصومزاده، الهه، نهاوندیان، محمد، احمدی، پرویز، (۱۳۹۰)، ارزیابی درجه اکمال تجاری دو جانبه ایران با کشورهای حوزه دریای مازندران ۱ و ۲، مجله: بررسی های بازرگانی.

- وبسایت رسمی گمرک جمهوری اسلامی ایران.

- وبسایت: [www.intracen.org](http://www.intracen.org) (The International Trade Centre).

با شرکای مهم تجاری (عراق، افغانستان، پاکستان و...) به منظور توافق های دوجانبه، چندجانبه و منطقه ای اقدام شود؛ به طوری که نگاه سیاسی و تشریفاتی به موضوع توافق های تجاری در بدنه دستگاه دیپلماسی کشور وجود نداشته باشد و پیش از اقدام به مذاکره، سازوکار ورود به توافقات و نیز سازوکارهای لازم برای نظارت و ارزیابی عملکرد توافق های تجاری تعریف شود.

**- تقویت نقش نهادهای نظامی و حاکمیتی به عنوان پشتیبان تعاملات تجاری:** تسلط نهادهای نظامی در مرزهای کشور به ویژه دو کشور عراق و افغانستان سبب شده است به جای حاکم بودن فضای اقتصادی و تجاری، بیشتر فضای امنیتی حاکم باشد. به نظر می رسد نوعی انحصارطلبی در حوزه تجارت سبب شده است تا نهادهای بخش خصوصی کشور دست کم به راحتی امکان ورود به این حوزه را نداشته باشند. بنابراین، توصیه می شود که نهادهای حاکمیتی و امنیتی صرفاً نقش پشتیبان و هماهنگ کننده را ایفا کنند و بخش خصوصی در تعامل هدایتی و حمایتی از سوی نهادهای حاکمیتی، محور اصلی روابط اقتصادی و تجاری کشور با شرکای اقتصادی و تجاری باشد.

## منابع

- آسیب شناسی موافقت نامه های دوجانبه ترجیحی، بازرگانی و گمرکی در تجارت خارجی کشور، مرکز پژوهش های مجلس، دفتر مطالعات اقتصادی، شماره مسلسل: ۱۷۰۹۲، خرداد ۱۳۹۹.