



Economic diplomacy and redundancy strategies

Amin Azadbakht *, MA Graduated, university of Science and Technology, Tehran, Iran

Mohammad Ali Motallbi Karekendi, PhD Graduated, Superme National Defence University, Tehran, Iran

Yavar Dashtbany, PhD Graduated, Science research branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Received Date: 15.07.2021

Accepted Date: 30.07.2022

Abstract

Introduction: In today's world, the field of international relations is very important and economic diplomacy consider an important tool for the economic growth and development of countries at the international level. Economic diplomacy involves accessing international markets, attracting foreign investments, and influencing global laws to achieve national benefits. Iran located in a region that is very important from a geopolitical point of view and also has privileged geographical, human and natural resources that can take advantage of these strengths and in addition to use the opportunities in neighboring countries and removing weaknesses and avoiding threats to achieve a suitable economic position in the region and the world. The commonalities between countries may expand the relations between them. Iraq, as a border country, has common cultural and religious points, in line with the developments in the region with the Islamic Republic of Iran, has much in common and therefore must have very strong relations with Iran.

Methodology: The SWOT method uses to study the literature of the subject, including theoretical and experimental literature, analysis of raw data available from valid internal and external sources. The interview is another tool for gathering data from officials in the subject under discussion. First identified internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) strategic points and considered its most important points as strategic points and in the next step to complete the required data, distributed the questionnaire among the experts. The data obtained led to the extraction of the conceptual research pattern. Then, while explaining the research method, the information analyzed.

Results and Discussion: The effective and active cooperation between the two countries of Iran and Iraq for stability in the region and the development of economic and trade relations with the benefits of the two nations brings a better economic situation for both countries. In addition, the economic capacities of the two countries can serve the benefits of both nations. The two countries can take useful and effective steps to secure the interests of their nations and other nations of the region by strengthening the level of cooperation and coordination. Due to the unintended military in Iraq since 2005 and Iranian support to this country, the level of trust and security defense relations between the two countries established. Despite these good relations, especially after the collapse of the Ba'athist regime and the establishment of a people's government in Iraq, Iran has not yet made good use of Iraq's trade potential, which is a relatively high-financed country, and still has a high capacity to exploit. Considering that the developments in Iraq are effective on the interactions between the two countries, in order to achieve long-term economic

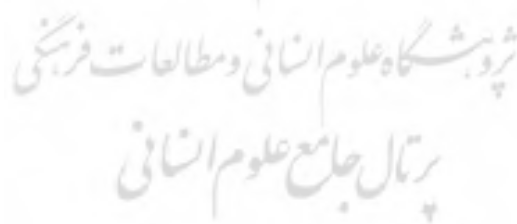
*Corresponding Author; (azadbakhtamin6@gmail.com)



opportunities in Iraq, our country needs to develop appropriate and effective strategies and policies in different parts of this country. In this regard, this study conducted with the aim of examining the economic relations and interests of the Islamic Republic of Iran and Iraq and providing appropriate solutions for the effectiveness of these relations. In this research, in order to choose a suitable strategy, the SWOT method used for data analysis. In this method, for Iraq, there will be two environments, an environment in which Iran is influential called the internal environment, and an environment in which Iran is subject to Iraq and cannot be influential is the external environment.

Conclusion: The results showed that by analyzing the data using internal and external evaluation matrices, a score of 2/741 and 2/6 of the ceiling score of 4 can be assigned to the internal and external performance of Iran-Iraq economic relations. According to the Swat method, because they are more than 2.5, they show a good general condition; but it is not a high score and testifies to the fact that there is a potential capacity to improve economic relations between the two countries. Following the research, by forming and analyzing the Swot matrix, 12 strategies were developed to promote relations and interests between the two countries, which include 6 offensive strategies, 2 conservative strategies, 1 competitive strategy and 3 defensive strategies. Entry and analysis of these strategies with a quantitative strategic planning matrix, showed that of these strategies, 4 very good strategies, 3 good strategies, 4 medium strategies and an unacceptable strategy, and finally to make suggestions for the implementation of each of the above strategies took.

Keywords: Economic diplomacy, Redundancy strategies, Economic benefits, Strengthening relations, International relations.





دیپلماسی و راهبردهای افزونگی اقتصادی

امین آزادبخت*، فارغ التحصیل کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و صنعت، تهران، ایران
محمدعلی مطلبی کربکندی، فارغ التحصیل دکتری، دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و تحقیقات راهبردی، تهران، ایران
یاور دشتبانی، فارغ التحصیل دکتری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۸

چکیده

برای همه کشورها، حوزه روابط بین الملل اهمیت فراوان دارد. وجوه اشتراک بین کشورها معمولاً روابط آن‌ها را گسترده‌تر می‌کند. کشور عراق با وجوه فرهنگی و دینی مشترک، همسو و هم نظر با ایران، باید روابط بسیار قوی با ایران داشته باشد. به ویژه به دلیل تحولات عراق از سال ۲۰۰۵ و کمک‌های نظامی و کلامی بدون چشم‌داشت ایران به این کشور، سطح اعتماد و روابط دفاعی-امنیتی مناسبی بین دو کشور به وجود آمده است؛ اما علی‌رغم این روابط حسنه، به ویژه بعد از فروپاشی رژیم بعثی، ایران تاکنون از ظرفیت تجاری عراق، استفاده و بهره‌برداری مطلوبی نکرده است. در همین راستا این پژوهش با هدف بررسی روابط و منافع اقتصادی ایران و عراق و ارائه راهکارهای مناسب جهت اثر بخشی این روابط انجام شده است. پژوهش پیش‌رو با بهره‌گیری از روش سوات^۲ به تحلیل داده‌های خام موجود از منابع داخلی و خارجی معتبر و همچنین جهت تسلط بیشتر بر موضوع، به مصاحبه با افراد صاحب منصب در موضوع مورد بحث مبادرت نمود و ابتدا نقاط راهبردی داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدات) را شناسایی کرد و مهمترین نقاط آن را نقاط راهبردی در نظر گرفت و در جهت تکمیل داده‌های مورد نیاز به توزیع پرسشنامه در بین خبرگان مبادرت نمود. داده‌های حاصل از این مسیر، استخراج الگوی مفهومی پژوهش را در پی داشت. در ادامه ضمن تشریح روش تحقیق پژوهش، داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند. نتایج این تحقیق نشان داد با تحلیل داده‌ها و استفاده از ماتریس‌های ارزیابی داخلی و خارجی می‌توان نمره ۲/۷۴۱ و ۲/۶ از نمره‌ی سقف ۴، را به عملکرد داخلی و خارجی روابط اقتصادی ایران و عراق اختصاص داد. این نمرات با توجه به مبانی روش سوات چون بیشتر از ۲/۵ هستند، وضعیت کلی مناسبی را نشان می‌دهند؛ اما نمره بالایی نیست و گواهِ بر این حقیقت است که ظرفیت بالقوه‌ای برای ارتقاء روابط اقتصادی بین دو کشور وجود دارد. در ادامه پژوهش با تشکیل و تحلیل ماتریس سوات نسبت به تدوین ۱۲ راهبرد جهت ارتقاء روابط و منافع بین دو کشور اقدام می‌شود. ورود و تحلیل این راهبردها با ماتریس برنامه‌ریزی کمی راهبردی^۳، انجام خواهد شد. در نهایت برای اجرایی شدن هر یک از راهبردهای مذکور پیشنهادهایی ارائه می‌شود.

کلیدواژه‌ها: دیپلماسی اقتصادی، راهبرد افزونگی، منافع اقتصادی، تقویت روابط، روابط بین‌المللی.

۱. مقدمه

معمولاً وجود یک وجه اشتراک مهم بین دو کشور باعث نزدیکی و ایجاد ارتباط بین آن دو کشور می‌شود و این وجه اشتراک ممکن است مبنایی برای شروع یا بسط روابط در حوزه‌های دیگر قرار گیرد. در این روابط کشورها با در نظر گرفتن راهبردهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... داشته باشد. دو مورد از مهمترین روابطی که مد نظر پژوهش حاضر هستند روابط اقتصادی و دفاعی - امنیتی است.

عراق از سال ۲۰۰۵ با بحران‌هایی مانند ورود مستشاران آمریکایی و گروهک‌های تروریستی روبرو است، این عوامل امنیت را از این کشور گرفته و خسارات جبران ناپذیری را به آن وارد کرده‌اند. جمهوری اسلامی ایران با کمک‌های نظامی و کلامی، در سطح بین‌الملل سهم بسیار بالایی در برگرداندن امنیت به این کشور داشته است. همین مهم منجر شده وجه اشتراکی بین دو کشور ایجاد گردد که مبنای بسط روابط دیگر از جمله روابط اقتصادی قرار گیرد تا حدی که در برخی سال‌ها صادرات به عراق نزدیک به ۱۱ میلیارد دلار رسیده است.

از طرفی در این مسیر علقه‌های مذهبی و سیاسی به نوبه‌ی خود می‌توانند در روابط اقتصادی تأثیر گذار باشند و روابط اقتصادی بین ایران و این کشور را به سمت پر رونق‌تری سوق دهد؛ بنابراین ایران نه تنها در روابط دفاعی - امنیتی، بلکه در سایر روابط از جمله روابط اقتصادی که مد نظر پژوهش حاضر است باید تلاش نماید روابط خود را به حداکثر برساند. روشن است نپرداختن به این مسئله موجب می‌شود ایران از فرصت‌های بالقوه چشم‌پوشی نموده و در نتیجه هزینه فرصت‌هایی برای کشور ایجاد گردد؛ از دست دادن این ظرفیت به معنای بخشیدن آن به کشورهای دیگری است که برخی از آن‌ها با ایران خصومتی دیرینه و آشکار دارند.

در مجموع می‌توان اظهار نمود که بین ایران و ر عراق بیشتر به دلیل کمک‌های دفاعی - امنیتی جمهوری اسلامی ایران به کشور عراق و وجود برخی اشتراکات مانند مرز، برخی فرهنگ‌ها، مذهب، تفکر منطقه‌ای روابط حسنه‌ای به وجود آمده است که هزینه‌های زیادی برای ایران همراه داشته است و قاعدتاً همین روابط حسنه باید منجر به همکاری و استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی و تجاری عراق گردد با این حال بازار اقتصادی آن در دست کشورهای دیگری مانند ترکیه و چین است؛ بنابراین مسئله‌ای که در این بین نیاز به پاسخ دارد این است که وضعیت اقتصادی بین دو کشور در چه حالتی است؟ و براساس قوت‌ها، ضعف‌ها و فرصت‌ها و تهدیدات موجود در کشور عراق بهترین راهبردهای اقتصادی کشورمان چیست؟

۲. مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مبانی نظری. دیپلماسی اقتصادی. دیپلماسی اقتصادی موضوع میان رشته‌ای با زمینه‌های اقتصاد بین‌المللی، اقتصاد سیاسی - بین‌المللی و روابط بین‌الملل است. افزایش توجه به دیپلماسی اقتصادی با هدف مشارکت بر فعالیت‌های اقتصادی برون مرزی است که دولت‌ها و بازیگران غیردولتی دنبال و پیگیری می‌کنند. دیپلماسی اقتصادی از روابط و نفوذ به منظور تحریک کردن تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی، پوشش دادن محدوده وسیعی از نمایندگان بین‌المللی (از قبیل سفارت خانه‌ها، کنسول‌گری‌ها و سایر امکانات و تسهیلات حمایت کننده تجارت) و نهادهای داخلی (از قبیل دفاتر توسعه سرمایه‌گذاری و صادرات) و نیز فعالیت‌های دو جانبه دیپلماتیک (از قبیل تجارت و ملاقات دولت‌ها) استفاده می‌کند [۱۵].

دیپلماسی اقتصادی به آن بخش از فعالیت‌های اقتصادی در روابط خارجی یک دولت اطلاق می‌شود که بر شناسایی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی، به ویژه در حوزه به کارگیری فرصت‌ها و مزیت‌های جهانی و نیز کسب سهم در بازارهای صادراتی برای تولید داخلی تأکید دارد. از این منظر، اهداف دیپلماسی اقتصادی را می‌توان به این شرح برشمرد: دسترسی به بازارهای جهانی تولید و تجارت و کسب سهمی از آن‌ها؛ جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم و غیرمستقیم خارجی؛ محافظت از اقتصاد ملی در مقابل چالش‌های اقتصاد جهانی [۷].

بر اساس رویکردها نسبت به دپلماسی اقتصادی، دپلماسی نمی‌تواند به فعالیت‌های سیاسی و اقتصادی به صورت مجزا تقسیم شود. در عمل، بیشتر کشورها جدایی بین بخش‌های سیاسی و اقتصادی را ناکارآمد می‌دانند. مفهوم دپلماسی اقتصادی زمانی می‌تواند در سیاست خارجی به کار گرفته شود که در وهله اول، چالش‌های سه‌گانه فراروی خود را مدیریت و رفع کند. این چالش‌ها عبارتند از: تنش میان امور سیاسی و اقتصادی؛ تنش میان فشارهای بین‌المللی و داخلی؛ تنش میان حکومت و سایر کنشگران، مثل بخش خصوصی و سازمان‌های دولتی.

از طرفی مؤلفه‌های زیر در شکل‌گیری یک دپلماسی اقتصادی منسجم و مؤثر اهمیت اساسی دارند:

- بهره‌گیری مطلوب از ابزارهای اقتصادی در چانه‌زنی‌ها؛
- گرایش بیشتر سفارت‌خانه‌ها و نمایندگی‌های ایران در خارج از کشور به مسائل اقتصادی و تجاری؛
- تلاش برای عملی ساختن طرح‌های اقتصادی و تجاری منطقه‌ای و بین‌المللی [۲۰].

بازیگران دپلماسی اقتصادی. دپلماسی اقتصادی ابزاری است که در جهت سیاست خارجی به کار گرفته می‌شود. دپلماسی اقتصادی در یک تقسیم‌بندی کلی به دو دسته دپلماسی دولتی و غیردولتی تقسیم می‌شود. دپلماسی دولتی شامل دو کارکرد دپلماسی اقتصادی با بازیگری دیپلمات‌های اقتصادی و دپلماسی بازرگانی با بازیگری دیپلمات‌های بازرگانی، می‌شود. به همین ترتیب، برای دپلماسی غیردولتی می‌توان به کارکردهای چهار گروه دپلماسی شرکتی، دپلماسی تجاری، دپلماسی سازمان‌های غیردولتی ملی و دپلماسی سازمان‌های غیردولتی فراملی اشاره نمود که هر یک از این چهار گروه غیر دولتی دارای بازیگران دیپلمات بخش خود هستند [۶]. در جدول ۱ تقسیم‌بندی آن به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۱. کارکرد و بازیگران دپلماسی اقتصادی [۲۰]

انواع دپلماسی	کارکرد	بازیگر
دپلماسی دولتی	دپلماسی اقتصادی	دیپلمات اقتصادی
	دپلماسی بازرگانی	دیپلمات بازرگانی
	دپلماسی شرکتی	دیپلمات شرکتی
دپلماسی غیردولتی	دپلماسی تجاری	دیپلمات تجاری
	دپلماسی سازمان‌های غیردولتی ملی	دیپلمات سازمان‌های غیردولتی ملی
	دپلماسی سازمان‌های غیردولتی فراملی	دیپلمات سازمان‌های غیردولتی فراملی

دپلماسی اقتصادی. این نوع دپلماسی به مسائل سیاست اقتصادی مربوط است. برای مثال، می‌توان به تلاش دیپلمات‌های اقتصادی برای اعمال مشارکت ماهرانه در سیاست‌های اقتصادی در سازمان‌های تدوین‌گر استانداردهای اقتصادی جهانی، نظیر سازمان جهانی تجارت، بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول و نیز در سیاست‌های اقتصادی سایر کشورها اشاره کرد. این نوع از دپلماسی خود دارای سه عنصر اساسی، مشارکت سیاسی (برای ترویج در تجارت و سرمایه‌گذاری به منظور بهبود عملکرد بازارها یا مخاطب قرار دادن ورشکستگان بازار و نیز کاهش هزینه‌ها و خطرات ناشی از معاملات مرزی)، استفاده از دارایی‌های اقتصادی و روابط متقابل (به منظور افزایش هزینه‌های جنگ و تقویت کردن منافع متقابل همکاری و روابط با ثبات سیاسی) و عنصر اتحاد فضای سیاسی و محیط اقتصاد سیاسی (به منظور دستیابی به اهداف و پوشش مذاکرات چندجانبه) می‌باشد [۲۰].

دپلماسی بازرگانی. دپلماسی بازرگانی مربوط به کار هیئت‌های دیپلماتیک برای حمایت از بخش‌های تجاری و مالی کشور در تعقیب موقعیت‌های اقتصادی و اهداف کلی کشور است. دیپلمات‌های بازرگانی به دنبال باز کردن بازارهای خارجی برای شرکت‌های کشور خود با اعمال نفوذ در اقتصاد سایر کشورها هستند و همچنین می‌خواهند ورود شرکت‌های کشور خویش را در بازارهای خارجی تسهیل بخشند. دیپلمات بازرگانی باید درباره فرصت‌های سرمایه‌گذاری و صادرات اطلاعات جمع‌آوری کند؛ زیرا تجارت بین‌الملل و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی برای توسعه ملی اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد [۱۱].

دیپلماسی شرکت: در این زمینه باید گفت یک مدیریت واحد تجاری باید بتواند در دو فرهنگ واحد تجاری و شرکتی که متأثر از ملیت شرکت فراملی است، موفق عمل کند. دیپلمات شرکتی متأثر از فرهنگ شرکتی چند زبانه و واسط بین شرکتفراملی و شعب خارجی‌اش است [۲۰].

دیپلماسی تجاری: دیپلماسی تجاری مدیریت رابطه میان شرکت فراملی با طرف‌های غیرتجاری و مشتریان خارجی است و هدف آن آماده‌سازی محیط بیرونی شعبه‌هایش برای فعالیت‌های اقتصادی است [۱۸].

دیپلماسی سازمان‌های غیردولتی ملی. بیان‌گر منافع و علایق جامعه مدنی در حوزه اقتصادی و سیاسی هستند و طیفی از مسائل نظیر دفاع از مصرف‌کننده و مبارزه با فساد اقتصادی تا حمایت از گروه‌های سهامدار و طرفداران محیط زیست را در برمی‌گیرد [۶].

دیپلماسی سازمان‌های غیردولتی فراملی. سازمان‌های غیردولتی بر موضوعاتی چون سیاست اقتصادی، توسعه اقتصاد بین‌الملل و عملکرد تجارت جهانی متمرکز هستند (همان).

تقسیم‌بندی دیگری از دیپلماسی اقتصادی که عمومیت دارد، تقسیم‌بندی براساس سطوح است. در این تقسیم‌بندی دیپلماسی اقتصادی یک کشور را معمولاً به دو دیپلماسی داخلی و خارجی تقسیم می‌کنند. سطح داخلی به نوع و سطح بازیگران داخلی درگیر در دیپلماسی اقتصادی مربوط می‌گردد و بازیگران درگیر در سطح داخلی دیپلماسی اقتصادی را می‌توان در چارچوب دو سطح فردی و نهادی مورد بررسی قرار داد. عرصه‌ی خارجی را که تلاش‌ها برای کسب منافع اقتصادی در سطح بالاتر از داخل کشور انجام می‌گیرد معمولاً در سه دسته دوجانبه، منطقه‌ای و چندجانبه مورد توجه قرار می‌دهند [۱۴].

ظرفیت‌ها و چالش‌های دیپلماسی اقتصادی ایران. ایران در نقطه اتصال دو قاره آسیا و اروپا و در نزدیکی قاره آفریقا قرار گرفته است و مناطق آسیای مرکزی، قفقاز و روسیه را به شبه قاره هند، جنوب آسیا، آسیای جنوب شرقی و کشورهای عربی جنوب خلیج فارس متصل می‌کند و با پانزده کشور همسایگی دارد. ارزان‌ترین و سریع‌ترین خطوط انرژی از ایران به طرف پایانه‌های صادراتی است و ایران بر تنگه هرمز، یکی از مهم‌ترین تنگه‌های جهان، تسلط کامل دارد. جمهوری اسلامی ایران تنها کشوری است که می‌تواند متصل کننده نهادها و سازمان‌های اقتصادی همچون شورای همکاری خلیج فارس، آسه‌آن، سارک و اتحادیه اروپا باشد. جمهوری اسلامی ایران در دنیا به عنوان یک کشور که دارای موقعیت ژئواکونومیک است شناخته شده است و دارای منابع غنی معدنی و مزیت‌های اقتصادی ویژه‌ای است. این کشور ده درصد از ذخایر نفت جهان و ۱۷ درصد از ذخایر گاز جهان را در درون خود دارد و دومین کشور در دارایی این منابع به‌شمار می‌رود. همچنین ایران، دریای خزر و خلیج فارس را که دو منبع انرژی به‌شمار می‌روند، به هم متصل می‌کند. ایران توانایی صادرات گاز به بزرگ‌ترین بازارهای مصرفی جهان یعنی هند، چین و اتحادیه اروپا را دارد؛ تعامل ایران با کشورهایی که به انرژی آن نیاز دارند، یک بعد راهبردی برای ایران می‌تواند داشته باشد. این نگاه به ژئوپلیتیک جمهوری اسلامی ایران گواه بر وجود نعمت‌های مادی و معنوی این کشور برای برقراری دیپلماسی با دنیا است [۲۳].

اطراف ایران را اغلب کشورهای در حال توسعه تشکیل می‌دهند و تعدادی از این کشورها با ایران هم‌سو هستند؛ بنابراین برای تسریع در رشد اقتصادی و بهره‌مندی از امکانات مالی، فکری و اجرایی با کشورهای همسو، دارای توان مناسب اقتصادی است و می‌تواند موافقت‌نامه‌های تجاری دوجانبه امضاء کند. این مناسبات تجاری دوجانبه به نسبت اقدامات گروهی و گسترده سرعت بیشتری می‌گیرد و در آن، هماهنگی‌های لازم برای تسهیل انتقال منابع روان‌تر خواهد بود. از طرفی نمی‌توان پیشرفت‌های ایران را در حوزه دانش و فناوری نادیده گرفت. این فناوری‌ها در حوزه نانو فناوری، بیوفناوری، ساخت داروهای نو ترکیب و انرژی هسته‌ای نو توان‌مندی برای تقویت دیپلماسی اقتصادی کشور است. علاوه بر این پیشرفت‌ها، توانمندی‌های ایران در حوزه خدمات فنی-مهندسی، از جمله فعالیت‌های عمرانی و ساخت نیروگاه‌های برق با توجه به نیازهای کشورهای هدف می‌تواند بسیار مؤثر و کارآمد باشد. خدمات حوزه سلامت (توریسم درمانی) نیز از نقاط دیگر قوت ایران در حوزه علمی و فناوری است.

تجاری‌سازی فناوری‌ها، نیازشناسی به موقع، تقویت بازاریابی، توسعه شرکت‌های بزرگ و رفع موانع ایجاد شده بر سر راه تحریم در این حوزه، به تقویت استفاده از علم و فناوری در دپلماسی اقتصادی منجر خواهد شد [۲۰]. با وجود تمام قوت‌ها در این مسیر چالش‌هایی دیده می‌شود. این چالش‌ها را در سه گروه کلی به صورت زیر برمی‌شمارند.

الف- چالش میان اقتصاد و سیاست. در این سطح دو تناقض مطرح می‌شود اول آنکه برای دستیابی به سیاست‌های خارجی که کشور آن‌ها را دنبال می‌کند اولویت را باید به موضوعات اقتصادی داد یا موضوعات سیاسی. این مهم از آن جهت اهمیت می‌یابد که با در اولویت قرار دادن هر کدام از آن‌ها مسیر متفاوتی پیش روی کشور قرار می‌گیرد و دوم آنکه حتی اگر موضوعات اقتصادی در اولویت قرار بگیرد، مطرح می‌شود که چه سازوکاری برای رسیدن به آن اهداف اقتصادی باید تعریف گردد که معمولاً در جواب این سوال برقراری تعامل با کشورها به جنبه سیاسی پیشنهاد می‌شود و به‌نحوی باز اقتصاد است که دنبال‌روی موضوعات سیاسی خواهد بود.

ب- چالش میان دولت و بازیگران غیردولتی. در دپلماسی مهمترین بازیگران، دولت‌ها شناخته می‌شوند؛ ولی در دنیای امروز دپلماسی اقتصادی از انحصار دولت‌ها خارج شده است و غیر دولتی‌ها نیز می‌توانند جایگاه عمده‌ای داشته و نقش مهمی را ایفا کنند و با همکاری در کنار هم سیاست‌هایی را اتخاذ کنند؛ ولی چالشی که اغلب در این زمینه به آن برخورد می‌کنیم تناقض این دو در اتخاذ سیاست‌ها در سطح بین‌الملل است و این تناقض دپلماسی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

ج- چالش میان عرصه داخل و عرصه بین‌الملل. در نهایت در زمینه دپلماسی اقتصادی باید جهت دپلماسی را تعیین نمود. به‌نحوی که در برقراری دپلماسی اقتصادی عرصه داخلی اهمیت دارد (افزایش صادرات) یا عرصه بین‌المللی (جایگزینی واردات). انتخاب هر کدام از این دو مسیر بر دپلماسی اقتصادی تأثیر به‌سزایی دارد [۶].

کلیات روابط و منافع اقتصادی. در روابط بین‌الملل، یکی از گرایش‌های این رشته، اقتصاد بین‌الملل است. معمولاً روابط تجاری بین دو کشور بر اساس مزیت مطلق صورت می‌گیرد. مزیت مطلق زمانی به وجود می‌آید که یک کشور نسبت به کشور دیگر در تولید یک کالا کارآمدتر است و در کالای دیگر کشور دوم نسبت به کشور اول کارایی بیشتری دارد و اگر این دو کشور به مبادله بپردازند هر دو کشور منفعت خواهند برد. دیوید ریکاردو در سال ۱۸۱۷ با انتشار «سیاست‌های اقتصادی و مالیات» ثابت کرد که تجارت در حقیقت بر اساس مزیت نسبی است. در این تعریف بیان می‌شود که اگر حتی یکی از کشورها در هیچ کالایی مزیت مطلق نداشته باشد هنوز هم پایه‌ای برای تجارت سودآور وجود دارد [۱۹]. اقتصاد بین‌الملل با اثرات حاصله از تفاوت‌های بین‌المللی میان منابع تولیدی و ترجیحات مصرف‌کنندگان و نهادهای بین‌المللی سر و کار دارد. اقتصاد بین‌الملل به‌دنبال توضیح الگوها و نتایج معامله‌ها و تعاملات میان ساکنان کشورهای مختلف مانند بازرگانی، سرمایه‌گذاری و مهاجرت است. اقتصاد بین‌الملل در مورد وابستگی متقابل اقتصادی میان کشورها بحث می‌کند و به بررسی جریان کالاها، خدمات و پرداخت‌هایی که کشور با سایر کشورهای جهان می‌پردازد که شامل دو بخش کلی است:

الف- مبادله کالا بین کشورها (تجارت بین‌الملل)؛

ب- الگوی تعیین نرخ ارز و تراز پرداخت‌ها (مالیه بین‌الملل) [۱۹].

نظریه اقتصاد بین‌الملل به بررسی منافع حاصل از تجارت، سیاست‌های هدایت شده جهت تنظیم تراز پرداخت‌ها و آثار این سیاست‌ها بر رفاه کشور می‌پردازد [۱۳]. موضوع اقتصاد بین‌الملل، شامل مباحثی است که مشکلات تعامل اقتصادی بین دولت‌های مستقل را مطرح می‌کند.

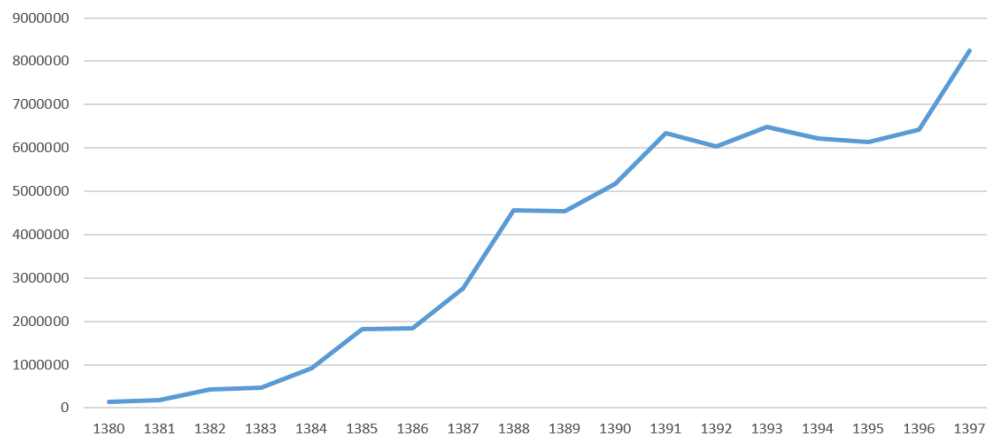
هفت موضوع در مطالعه اقتصاد بین‌الملل وجود دارد که عبارتند از: منافع حاصل از تجارت؛ الگوی تجارت؛ حمایت از سرمایه؛ تراز پرداخت‌ها (موازنه پرداخت‌ها)؛ تعیین نرخ ارز؛ هماهنگی در سیاست‌های بین‌المللی؛ بازار سرمایه بین‌المللی [۱۲].

تجارت کالایی و خدماتی ایران و عراق. هرچند که در سال‌های اخیر روابط اقتصادی با کشور عراق بخصوص در حوزه مبادلات گسترش یافته است، اما با توجه به اشتراکات، ظرفیت‌ها و همسایگی با این کشور، ایران هنوز موفق نشده است به آن افق واقعی که می‌تواند باشد، دست یابد. عراق بعد از جنگ‌هایی که تجربه کرده به کشوری تبدیل شده است که نیاز به بازسازی دارد. در کنفرانس حمایت از بازسازی عراق که بهمن ۱۳۹۶ در کشور کویت برگزار شد، تعداد کشورهای شرکت کننده در کنفرانس، خود گواهی بر این ادعاست که کشور عراق در بسیاری از جنبه‌ها از جمله بحث بازسازی می‌تواند یک ظرفیت بسیار خوب در حوزه اقتصادی برای جمهوری اسلامی ایران داشته باشد. نکته دیگر اینکه نباید به حوزه اقتصادی به صورت مقطعی نگاه کرد. برای مثال اگر کشور عراق خودرو نیاز دارد نباید به آن فقط خودرو صادر نمود؛ چرا که صادرات خودرو در نگاه اول خوب به نظر می‌رسد و یک رابطه بازرگانی و ارزآور است و نام مبادله اقتصادی به آن اطلاق می‌گردد؛ اما این کافی نیست و باید به روابط اقتصادی به‌نحوی نگاه کرد که ماندگاری داشته باشد؛ بنابراین باید کیفیت کالاهای صادراتی را افزایش داد و در کشور عراق شرکت‌های مرکزی ایجاد نمود^۱.

موقعیت ژئوپلیتیک ایران به‌نحوی است که می‌تواند زندگی، رشد و توسعه اقتصادی کشورهای دیگر را به خود وابسته نماید؛ زیرا شرق برای تأمین مواد اولیه و مایحتاج خود باید از مسیر ایران بگذرد و همچنین غرب برای واردات از شرق باید از ایران عبور کند. به عبارت دیگر ایران دروازه طلایی برای ارتباط شرق و غرب است و به همین نسبت یک دروازه طلایی برای شمال و جنوب نیز به‌شمار می‌رود. باید درون‌زای برون‌نگر بود؛ یعنی مسیر تولید و حرکت کشور باید با توجه به تقاضا و روابط جهانی، ولی با تکیه بر امکانات داخلی باشد. تکیه بر امکانات داخلی همان جوشش درونی کشور است و برون‌نگر بودن همان توجه به روابط بین‌الملل است.

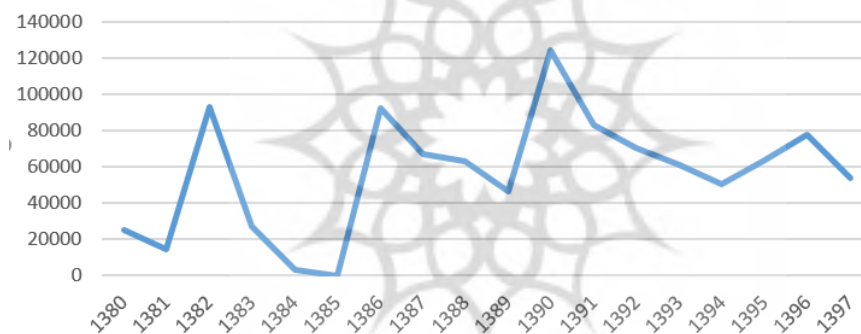
آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، بیانگر ۴۱ برابر شدن صادرات گمرکی ایران به عراق و رشد ۴۰۰۳ درصدی آن طی بازه زمانی ۱۳۹۲-۱۳۸۰ است؛ به طوری که در سال ۱۳۹۲ عراق دومین شریک تجاری ایران پس از چین محسوب می‌شود [۱۶]. با توجه به گزارشات به نظر می‌آید که بعد از سال ۲۰۱۱ این سهم روند افزایشی داشته است. در خبری از روزنامه اعتماد به نقل از دبیر میز عراق در سازمان تجارت و توسعه بیان شده است که قبلاً ۹ تا ۱۰ درصد از بازار عراق در دست تجار ایرانی بوده و سال ۱۳۹۵ به ۱۹٫۷ درصد رسیده است. به هر حال سهم ایران از بازار این کشور بعد از چین و ترکیه در جایگاه سوم قرار دارد. کشور عراق یکی از عمده‌ترین بازارهای هدف ایران است، با این حال بزرگترین بازار هدف کشورمان نیست و فقط حدود ۲۰ درصد از بازار این کشور در دست تجار ایرانی قرار دارد؛ این در حالی است که کشور ترکیه با ۱۵ سال سابقه تجاری در بازار عراق رتبه نخست تجارت در این بازار را به خود اختصاص داده است [۱۰]. در نمودار ۱ روند صادرات جمهوری اسلامی ایران به کشور عراق مشاهده می‌شود.

۱. برگرفته از مصاحبه با آقای صمد همتی دارای مدرک ارشد روابط بین‌الملل و سابقه کاری به مدت ۱۶ سال در پست‌های مختلف و همچنین عضو



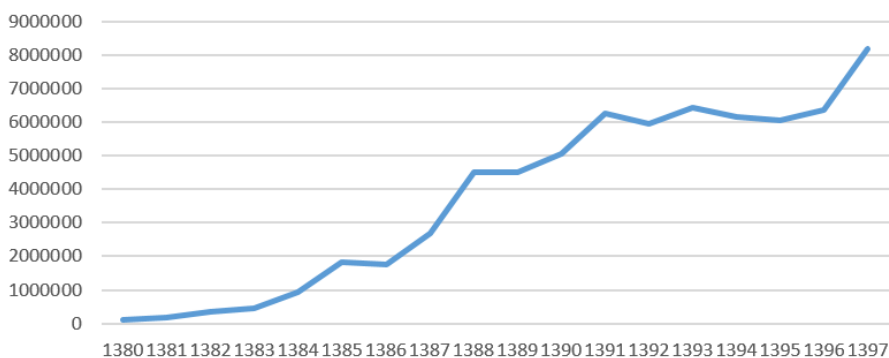
نمودار ۱. صادرات جمهوری اسلامی ایران به کشور عراق بر حسب هزار دلار (منبع: اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی تهران)

صادرات جمهوری اسلامی ایران به کشور عراق از سال ۱۳۸۰ تا سال ۱۳۹۷ روندی کاملاً صعودی داشته است (نمودار ۱). در حوزه واردات، با اینکه در حال حاضر با تحریم‌ها روبرو هستیم؛ اما از ظرفیت وارداتی کشور عراق به خوبی استفاده نمی‌گردد. واردات جمهوری اسلامی ایران از کشور عراق در نمودار ۲ مشاهده می‌شود.



نمودار ۲. واردات جمهوری اسلامی ایران از کشور عراق بر حسب هزار دلار (منبع: اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی تهران)

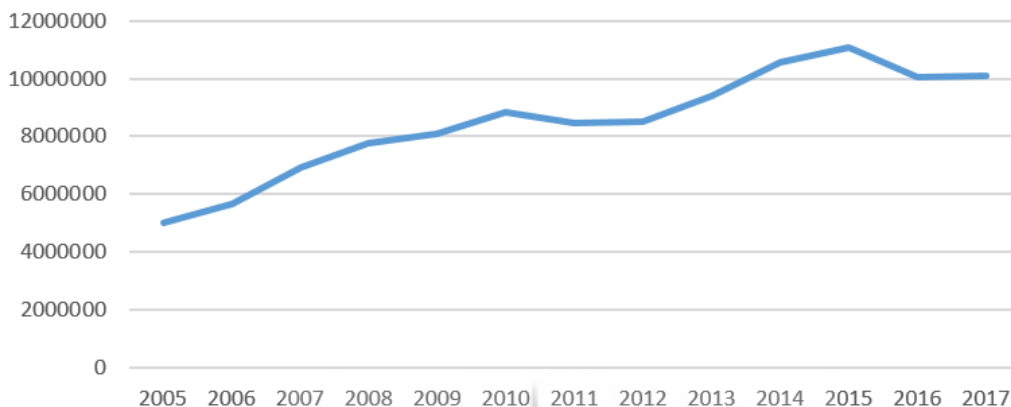
ملاحظه می‌گردد که واردات از کشور عراق بسیار پرنوسان بوده است و یکی از مهم‌ترین دلایل آن را نیز می‌توان به ناامنی‌های موجود در این کشور نسبت داد. بیشترین واردات از کشور عراق در سال ۱۳۹۰ نزدیک به ۱۲۴ میلیون دلار است. نمودار ۳ نشان دهنده تراز تجاری بین دو کشور است.



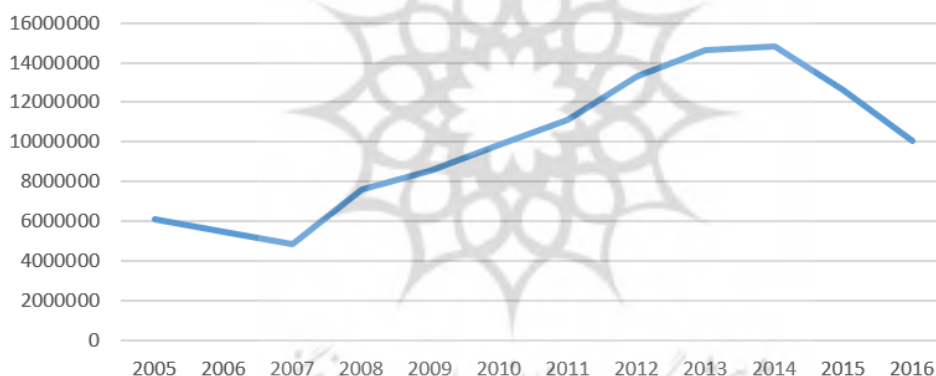
نمودار ۳. تراز تجاری ایران و عراق بر حسب هزار دلار (منبع: اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی تهران)

نمودار ۳ نشان می‌دهد در بازه زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۷ تراز تجاری بین ایران و عراق همواره مثبت و صعودی بوده است. مقدار تراز تجاری نزدیک به میزان صادرات ایران به عراق است؛ زیرا واردات چندانی از عراق صورت نگرفته است.

در حوزه خدمات تنها داده موجود از خدمات، میزان صادرات خدمات جمهوری اسلامی ایران و میزان واردات خدمات کشور عراق است که در نمودارهای ۴ و ۵ نشان داده شده است.



نمودار ۴. صادرات خدمات جمهوری اسلامی ایران به جهان بر حسب هزار دلار (منبع: مرکز تجارت بین الملل)



نمودار ۵. واردات خدمات عراق از جهان بر حسب هزار دلار (منبع: مرکز تجارت بین الملل)

ملاحظه می‌گردد که روند صادرات خدمات ایران همواره صعودی بوده است و همچنین واردات عراق تا سال ۲۰۱۴ تقریباً صعودی و در دو سال ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ نزولی بوده است. با این حال این نیاز عراق به خدمات می‌تواند گواهی بر یک ظرفیت برای تأمین خدمات مورد نیاز این کشور باشد. با استخراج داده‌های مرکز تجارت بین‌الملل و تحلیل آن‌ها گروه‌های کالایی زیر، عمده‌ترین اقلام کالایی وارداتی ایران از عراق و اقلام صادراتی ایران به عراق شناخته شدند.

جدول ۲ شش گروه کالایی را نشان می‌دهد که در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸ هر ساله حداقل ۹۲ و حداکثر ۹۷ درصد از حجم واردات جمهوری اسلامی ایران از کشور عراق را به خود اختصاص می‌دهد. همچنین در جدول فوق ۱۱ گروه کالایی ملاحظه می‌گردد که در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸، همواره حداقل ۶۲ و حداکثر ۶۶ درصد از صادرات جمهوری اسلامی ایران به کشور عراق را تشکیل داده‌اند.

جدول ۲. اقلام عمده وارداتی ایران از عراق و اقلام صادراتی ایران به عراق در بازه زمانی ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸ (منبع: تحلیل داده‌های مرکز تجارت بین‌الملل)

نام گروه کالایی صادراتی ایران به عراق	نام گروه کالایی وارداتی ایران از عراق
ضایعات آهن یا فولاد	سوختهای معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات تقطیر آن‌ها، مواد قیری، معدن و...
ماشین‌آلات، وسایل مکانیکی، راکتورهای هسته‌ای، دیگ‌های بخار و قطعات آن	ماشین‌آلات، وسایل مکانیکی، راکتورهای هسته‌ای، دیگ‌های بخار و قطعات آن
آهن و فولاد	ماشین‌آلات و تجهیزات الکتریکی و قطعات آن، ضبط و پخش صوت، تلویزیون و ...
محصولات سرامیکی	پلاستیک و فرآورده‌های آن
نمک، گوگرد، خاک و سنگ، مواد پلاستیکی، سیمان و آهک	لاستیک و محصولات آن
پلاستیک و فرآورده‌های آن	آلومینیوم و ضایعات آن
سبزیجات بسته‌بندی شده، میوه، آجیل یا قسمت‌های مختلف گیاهان	
غلات بسته‌بندی شده، آرد، نشاسته، شیر و محصولات پاستوریزه	
میوه و آجیل خوراکی، پوست مرکبات یا خربزه و همانند آن	
سبزیجات خوراکی و برخی ریشه یا غده‌های گیاهان	
محصولات لبنی؛ تخم پرندگان؛ عسل طبیعی؛ محصولات خوراکی با منشاء حیوانی	

جهت شناسایی ظرفیت‌های وارداتی عراق که ایران می‌تواند تأمین نماید، می‌توان عمده‌ترین کالاهای وارداتی عراق از جهان و همچنین عمده‌ترین کالاهای صادراتی ایران به جهان را با هم مقایسه نمود که در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. مهمترین کالاهای وارداتی عراق از جهان در بازه زمانی ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸ (منبع: تحلیل داده‌های مرکز تجارت بین‌الملل)

نام گروه کالایی به فارسی	نام گروه کالایی به لاتین	کد مهمترین گروه‌های کالایی وارداتی عراق از جهان
سوختهای معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات تقطیر آن‌ها، مواد قیری، معدن	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral	۲۷
ماشین‌آلات، وسایل مکانیکی، راکتورهای هسته‌ای، دیگ‌های بخار و قطعات آن	Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	۸۴
ماشین‌آلات و تجهیزات الکتریکی و قطعات آن، ضبط و پخش صوت، تلویزیون	Electrical machinery and equipment and parts thereof; sound recorders and reproducers, television	۸۵
مرورید طبیعی یا کشت شده، سنگ‌های قیمتی یا نیمه قیمتی، فلزات گران‌بها، فلزات تزئینی	Natural or cultured pearls, precious or semi-precious stones, precious metals, metals clad	۷۱
وسایل نقلیه به همراه راه آهن، قطار یا واگن اتوبوس شهری، و قطعات و لوازم جانبی آن‌ها	Vehicles other than railway or tramway rolling stock, and parts and accessories thereof	۸۷
پلاستیک و فرآورده‌های آن	Plastics and articles thereof	۳۹
محصولات دارویی	Pharmaceutical products	۳۰
محصولات لبنی، تخم پرندگان، عسل طبیعی، سایر محصولات خوراکی از منابع حیوانی که در ۹۸ گروه دیگر قرار نگرفته است	Dairy produce; birds' eggs; natural honey; edible products of animal origin, not elsewhere ...	۴
مبلمان، تخت خواب و ملحفه، تشک، زیره تشک، بالشک و تجهیزات مشابه مبلمان	Furniture; bedding, mattresses, mattress supports, cushions and similar stuffed furnishings; ...	۹۴

نام گروه کالایی به فارسی	نام گروه کالایی به لاتین	کد مهمترین گروه‌های کالایی وارداتی عراق از جهان
محصولات پوشاک و لوازم جانبی، بافتنی یا قلاب دوزی	Articles of apparel and clothing accessories, knitted or crocheted	۶۱
گوشت و خوراک گوشتی	Meat and edible meat offal	۲

کالاهای مذکور ۴۵ تا ۵۵ درصد از واردات عراق را در سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸ تشکیل داده‌اند. این در حالی است که مهمترین کالاهای صادراتی ایران به جهان به صورت جدول ۴ هستند.

جدول ۴. مهمترین کالاهای صادراتی ایران به جهان در بازه زمانی ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸ (منبع: تحلیل داده‌های مرکز تجارت بین‌المللی)

نام گروه کالایی به فارسی	نام گروه کالایی به لاتین	کد مهمترین گروه‌های کالایی صادراتی ج.ا.ایران به جهان
سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات تقطیر آن‌ها، مواد قیری، معدن	Mineral fuels, mineral oils and products of their distillation; bituminous substances; mineral ...	۲۷
پلاستیک و فرآورده‌های آن	Plastics and articles thereof	۳۹
مواد شیمیایی آلی	Organic chemicals	۲۹
آهن و فولاد	Iron and steel	۷۲
سنگ معدن، سرباره و خاکستر	Ores, slag and ash	۲۶
ماشین‌آلات، وسایل مکانیکی، راکتورهای هسته‌ای، دیگ‌های بخار و قطعات آن	Machinery, mechanical appliances, nuclear reactors, boilers; parts thereof	۸۴

گروه‌های کالایی مذکور بیش از ۸۰ درصد صادرات ایران را تشکیل می‌دهند. آنچه از تحلیل گروه‌های کالایی برمی‌آید این است که ایران و عراق در گروه کالایی سوخت‌ها و روغن‌های معدنی و همچنین ماشین‌آلات، راکتورهای هسته‌ای و دیگ‌های بخار دارای توان تجاری زیادی بوده و ظرفیت‌های بالقوه‌ای هستند که راحت‌تر از بقیه گروه‌های کالایی می‌توان آن‌ها را به فعلیت درآورد. همچنین با توجه به الگوی وارداتی عراق و توان صادراتی ایران گروه‌های کالایی دیگر همانند پلاستیک و فرآورده‌های آن، گوشت و خوراک گوشتی، مبلمان و وسایل جانبی آن، محصولات لبنی و محصولات پوشاک نیز ظرفیت‌های بالقوه‌ای هستند که با اهمیت دادن و توسعه بخش‌های تولیدی می‌توانند منابع صادراتی خوبی برای عراق به شمار آیند.

سرمایه‌گذاری در کشور عراق. عراق با ظرفیت منحصر به فردی برای ایران جنبه‌های مختلف سرمایه‌گذاری

دارد:

الف) مزایای سرمایه‌گذاری در عراق

طبق گزارش سازمان توسعه و تجارت ایران (۱۳۹۵) مهمترین مزایای سرمایه‌گذاری در عراق به شرح زیر

می‌باشد:

- انتقال سرمایه وارد شده به عراق و درآمدهای حاصل از آن با ارز قابل تبدیل، پس از پرداخت کلیه تعهدات و دیون سرمایه‌گذار به دولت عراق و سایر ارگان‌ها؛
- امکان انجام معامله در بازار بورس؛
- بیمه پروژه سرمایه‌گذاری از سوی شرکت بیمه ملی عراق یا سایر شرکت‌های بیمه خارجی؛
- امکان انتقال سود و سرمایه؛
- امکان استفاده از نیروی کار غیرعراقی در پروژه‌های سرمایه‌گذاری در صورت عدم امکان استفاده از نیروی کار عراقی؛
- تضمین عدم ملی کردن کل یا بخشی از سرمایه یا مصادره آن؛

- دریافت کمک و وام ویژه و رسمی؛
- سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی که موجب ایجاد فرصت‌های جدید شغلی و مبارزه با بیکاری می‌شود؛
- توسعه و تنوع صادرات؛
- ایجاد تنوع تولید در اقتصاد ملی؛
- امکان افتتاح حساب با ارز عراقی یا خارجی یا هر دو برای پروژه‌های مجاز؛
- اعطای حق اقامت برای غیرعراقی‌ها و ارائه تسهیلات برای ورود و خروج آن‌ها؛
- انتقال حقوق تکنسین‌ها و کارکنان اداری غیر عراقی شاغل در پروژه، به خارج از عراق؛
- خارج کردن سرمایه وارد شده به عراق به همراه سود آن با ارز قابل تبدیل، بعد از پرداخت همه تعهدات و دیون به دولت عراق و سایر ارگان‌ها؛
- اجاره زمین لازم برای اجرای پروژه برای مدتی که این پروژه بر روی آن زمین قرار دارد، مشروط بر اینکه از ۵۰ سال تجاوز ننماید؛
- بیمه کردن پروژه سرمایه‌گذاری از سوی هر سازمان بیمه عراقی یا خارجی؛
- افتتاح حساب به ارز محلی (دینار عراقی) یا ارز خارجیها هر دوی آن‌ها در یکی از بانک‌ها در عراق یا خارج از عراق برای پروژه‌های مجوز داده شده؛
- اعطای حق اقامت در عراق برای سرمایه‌گذار خارجی و دست‌اندرکاران غیر عراقی پروژه و اعطای تسهیلات برای ورود و خروج آن‌ها به عراق؛
- عدم مصادره یا ملی کردن کلیتاً جزئی پروژه سرمایه‌گذاری مشمول این قانون (به استثنای پروژه‌هایی که در مورد آن‌ها حکم قضایی صادر می‌شود)؛
- اعطای مجوز به تکنسین‌ها و کارکنان اداری پروژه برای حواله حقوق خود به خارج از عراق بر اساس قانون بعد از پرداخت همه تعهدات و دیون به دولت عراق و سایر ارگان‌ها.

ب. معافیت‌های سرمایه‌گذاری در عراق

- در حال حاضر اقتصاد عراق به سرعت از اقتصاد متمرکز به سوی اقتصاد متکی بر راهکارهای بازار حرکت می‌کند و بدین سبب از سرمایه‌گذاری‌های خارجی به شدت استقبال می‌نماید و در راستای این مسیر معافیت‌هایی را برای سرمایه‌گذاران خارجی در نظر گرفته است. به گزارش سازمان ملی سرمایه‌گذاری عراق و همچنین سازمان توسعه تجارت ایران (۱۳۹۵) مهمترین معافیت‌های کشور عراق برای سرمایه‌گذاران خارجی به قرار زیر است:
- معافیت از پرداخت مالیات به مدت ده سال بعد از شروع پروژه؛
 - امکان ارائه لوائح جدید از سوی هیأت دولت برای برخورداری از معافیت بیشتر و سایر مزایا؛
 - امکان برخورداری از معافیت مالیاتی و عوارض متناسب با افزایش سرمایه (بیش از ۵۰ درصد)؛
 - پروژه‌هایی که از سازمان ملی سرمایه‌گذاری مجوز سرمایه‌گذاری دریافت نموده‌اند، از تاریخ شروع فعالیت تجاری خود، از پرداخت مالیات و عوارض به مدت ده سال معاف هستند؛
 - در صورتی که میزان مشارکت طرف عراقی در پروژه از ۵۰٪ تجاوز نماید، سازمان ملی سرمایه‌گذاری حق افزایش سنوات معافیت از پرداخت مالیات و عوارض را متناسب با مشارکت سرمایه‌گذار عراقی در پروژه تا مدت ۱۵ سال دارد؛
 - کالاهای وارداتی برای استفاده در پروژه سرمایه‌گذاری، از پرداخت عوارض معاف هستند، مشروط بر اینکه این کالاها در خلال سه سال بعد از تاریخ اعطای مجوز وارد عراق شده باشند؛
 - هر چهار سال یک بار، درمورد پروژه‌های مربوط به هتل‌ها، سازمان‌های توریستی، بیمارستان‌ها، مراکز بهداشتی، آموزشی و علمی، معافیت‌های بیشتری در عوارض واردات لوازم و ملزوماتی که با هدف نوسازی

صورت پذیرد، اعمال می‌شود، مشروط بر اینکه آن‌ها در طول سه سال بعد از تاریخ صدور موافقت سازمان ملی سرمایه‌گذاری با فهرست کالاها، وارد عراق شده و فقط در پروژه‌های تعریف شده استفاده می‌شود.^۱ بیان این نکته لازم است که موارد مذکور شامل همه سرمایه‌گذاری‌ها به استثنای واگذاری استخراج نفت و گاز و سرمایه‌گذاری در بخش‌های بانکی و بیمه‌ای کشور عراق می‌شود.

ج. تعهدات سرمایه‌گذار

در قبال مزایا و معافیت‌ها، سرمایه‌گذار تعهداتی را باید بپذیرد که به گزارش گروه خدماتی الرافدین این تعهدات به قرار زیر می‌باشد:

- اعلام تاریخ شروع فعالیت‌های تجاری پروژه به سازمان ملی سرمایه‌گذاری؛
- اطلاع کتبی فوری به سازمان ملی سرمایه‌گذاری، یا سازمان سرمایه‌گذاری اقلیم یا استان در مورد تجهیزات موجود و ترکیب آن‌ها به همراه تاریخ شروع فعالیت پروژه؛
- نگهداری حساب‌ها برای حسابرسی از سوی حسابرس قانونی و مجاز؛
- نگهداری فهرست کالاهای وارداتی معاف از مالیات پروژه و تعیین زمان استهلاك این مواد؛
- ارائه گزارش در مورد بازدهی اقتصادی و فنی پروژه و هر نوع اطلاعات دیگر مورد درخواست سازمان ملی سرمایه‌گذاری و سایر ارگان‌های ذیربط در مورد بودجه پروژه و روند پیشرفت کار؛
- نگهداری فهرست مربوط به کالاهای وارداتی و حفاظت از محیط‌زیست و پایبندی به مقررات کنترل کیفیت؛
- پایبندی به قوانین جاری عراق در مورد حداقل میزان حقوق، مرخصی‌ها، ساعات کار و شرایط کاری؛
- پایبندی به قوانین عراق و مطابقت جدول کارهای ارائه شده از سوی سرمایه‌گذاران؛
- پایبندی به آموزش کارکنان عراقی و افزایش کارایی و مهارت‌های فنی آن‌ها (حق تقدم با استخدام نیروی کار عراقی است) (سازمان ملی سرمایه‌گذاری عراق، ۲۰۱۶).

د. فرصت‌های سرمایه‌گذاری در کشور عراق در سال ۲۰۱۸

در گزارشی از وزارت صنعت، معدن و تجارت (۱۳۹۷)، عمده‌ترین فرصت‌های خصوصی و دولتی کشور عراق در سال ۲۰۱۸ معرفی شدند که ۳۹ شرکت که هر کدام دارای پروژه‌های مختلفی برای سرمایه‌گذاری هستند عبارتند از: شرکت دولتی الزورا، شرکت دولتی سیمان العراق، شرکت دولتی اور، شرکت صنایع لاستیک و تایر، شرکت صنایع معدنی، شرکت دولتی صنایع معدنی، شرکت دولتی صنایع هیدرولیکی، شرکت سهامی اور، شرکت سهامی صنایع لاستیکی و لاستیک خودرو، شرکت سهامی شیشه و شیشه‌های نسوز، شرکت سهامی صنایع متالوژی، شرکت دولتی صنایع شیمیایی (حشره‌کش و کود)، شرکت سهامی مواد ساختمانی، اداره کل توسعه صنعتی، شرکت سهامی صنایع برق و الکترونیک، شرکت دولتی فارس، شرکت دولتی صنایع ساختمانی، شرکت دولتی صنایع شیشه‌ای و حرارتی، شرکت دولتی تولیدات غذایی، شرکت دولتی صنایع فولادی، شرکت دولتی صنایع شیمیایی و حشره‌کش الفرات، شرکت دولتی فسفات، هیأت پژوهش و توسعه صنعتی، شرکت دولتی صنایع کود، شرکت دولتی سیمان عراق، شرکت ابن ماجد، شرکت دولتی الزورا، شرکت دولتی صنایع فولادی، شرکت دولتی صنایع هیدرولیکی، شرکت دولتی آهن و فولاد، شرکت دولتی صنایع مسی و مکانیکی، شرکت دولتی الفارس، شرکت سهامی صنایع نسبیج و چرم، شرکت دولتی تجهیزات و اتصالات و نیرو، شرکت دولتی سیستم‌های الکترونیکی، شرکت سهامی صنایع دارو و تجهیزات پزشکی / سامرا، شرکت دولتی پتروشیمی، شرکت دولتی دیالی، شرکت سهامی محصولات غذایی.

روابط بیمه‌ای و بانکی بین دو کشور. بانک مرکزی عراق در بغداد واقع شده و هدف اصلی آن ثبات سیستم پولی می‌باشد. این بانک، مسئولیت کنترل و نظارت بر مسائل مالی و پولی عراق را بر عهده دارد. علاوه بر بانک

مرکزی عراق، ۴۳ بانک در عراق فعالیت می‌کنند که ۷ تای آن دولتی، ۳۰ تای آن ملی (از جمله ۷ بانک اسلامی) و ۶ تای آن بانک‌های خارجی می‌باشند. مشارکت سرمایه‌ای برخی از بانک‌های خارجی (بحرین، کویت، اردن و قطر) در بانک‌های عراق بین ۴۹ تا ۷۵ درصد می‌باشد. شرایطی برای اعطای مجوز و تأسیس بانک در عراق وجود دارد؛ اول آنکه برای تأسیس شعبه بانکی یا سازمان‌های وابسته به آن اخذ مجوز از بانک مرکزی عراق الزامی است. دوم اینکه مجوز فقط به بانک‌های خارجی تعلق می‌گیرد که زیر نظر یک نهاد نظارتی در کشور اصلی که بانک خارجی در آن قرار گرفته است، باشد.

در بین بانک‌های مذکور، بانک توسعه تعاون اقلیم اسلامی در توسعه و سرمایه‌گذاری، بانک مشترک ایرانی و عراقی است که با سرمایه اولیه ۵۰ میلیارد دینار تأسیس شده است و سهامداران اصلی آن عبارتند از بانک اقتصاد نوین ۵۳/۲ درصد، بانک کشاورزی ۲۰ درصد، شرکت‌های عراقی ۲۵ درصد و اشخاص حقیقی ۱,۸ درصد. شعب این بانک در بغداد (۲ شعبه)، اربیل، سلیمانیه، نجف، کربلا، بصره، کوت و دیوانیه فعال هستند.

با وجود همسایگی دو کشور، روابط بانکی و بیمه‌ای دو کشور بسیار ضعیف است و این یک نقطه خلاء بزرگ در روابط اقتصادی دو کشور می‌باشد.^۱ در حوزه پولی، بانکی و بیمه‌ای تفاهم‌نامه یا موافقت‌نامه خاصی وجود ندارد و همانگونه که در قسمت قبلی اشاره شد مهمترین تفاهم‌نامه‌ها در حوزه بانکی به دو تفاهم‌نامه در سال ۱۳۹۷ ختم شده است که شامل توافقنامه سازوکار پرداخت مالی میان جمهوری اسلامی ایران و کشور عراق و همچنین تفاهم‌نامه همکاری‌های بانکی بین دو کشور می‌شود. در حوزه بیمه‌ای مطالعات نشان می‌دهد که روابط بیمه‌ای خاصی وجود ندارد و تفاهم‌نامه‌ای در این زمینه به امضا نرسیده است و به لحاظ روابط بیمه‌ای فقط به چند اجلاس بین بیمه مرکزی ایران و شرکت‌های بیمه عراق بسنده شده است.

پیشینه پژوهش. شریفی و همکاران (۱۳۸۷) در کتاب راهنمای تجارت با کشور عراق، روابط اقتصادی ایران و عراق را بررسی نموده و ضمن بررسی موقعیت‌های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی عراق اظهار نموده‌اند که روابط تجاری ایران و عراق از قدمت زیادی برخوردار است؛ ولی در سال‌های اخیر این مرادفات اقتصادی با روند صعودی همراه بوده و تراز تجاری همواره به نفع ایران بوده است. در پایان، قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات موجود بین ایران و عراق را برشمردند [۲۲].

قاسمیان (۱۳۹۳) در بررسی عملکرد ایران در استفاده از ظرفیت تجاری کشورهای همسایه بیان داشته است که در سال‌های اخیر روابط اقتصادی بین جمهوری اسلامی ایران و عراق روند صعودی داشته است و از طرفی سهم کشور عراق از تجارت جهانی نیز با توجه به داده‌های جهانی، رو به افزایش است و با توجه به موقعیت جغرافیایی که ایران نسبت به این کشور دارد ایران می‌تواند نسبت به افزایش صادرات به این کشور اقدام کند؛ به عبارتی ایران در این کشور دارای مزیت رقابتی است و می‌تواند با سرمایه‌گذاری یا تأمین بخش عمده‌ای از واردات این کشور از ظرفیت‌های موجود به خوبی بهره‌برداری نماید [۱۶].

شریعتی (۱۳۹۶) به عوامل همگرایی دو کشور عراق و ایران پرداخته و در مورد همگرایی اقتصادی این دو کشور نوشته است که کشف نفت در ایران و عراق، اقتصاد این دو کشور را به شدت تحت تأثیر قرار داده و اقتصاد این دو کشور را تا حدی به اقتصاد رانتی تبدیل کرده است به گونه‌ای که موجب احساس بی‌نیازی و عدم پیگیری‌های دیپلماتیک برای افزایش روابط اقتصادی شده است [۲۱].

خرم‌روز (۱۳۹۶) در شناخت زمینه‌های گسترش نفوذ ایران با تأکید بر دیپلماسی اقتصادی ضمن بررسی موضوع دیپلماسی و معیارهای دیپلماسی اقتصادی ایران به بررسی روابط اقتصادی ایران با کشورهای مقاومت پرداخت و اظهار نمود چهار کشور سوریه، یمن، عراق و لبنان، علی‌رغم توجه دولت کنونی (دولت یازدهم یعنی دولت روحانی) به کشورهای توسعه یافته غربی، ارکان روابط اقتصادی ایران در منطقه را تشکیل می‌دهند که در مورد روابط اقتصادی ایران با عراق چنین ادعان داشت: نفوذ اقتصادی و دیپلماسی ایران در عراق در چهار مرحله خلاصه

می‌شود: ۱. دوره انتظار (سال‌های ۱۳۸۲-۱۳۸۵) ۲. ساماندهی تجارت طرفین (۱۳۸۵-۱۳۸۹) ۳. دوره ما قبل داعش (۱۳۸۹-۱۳۹۳) ۴. دوره قیمت سقوط نفت از ۱۳۹۳ به بعد؛ اما برخلاف اهمیت این ریشه تاریخی در حال حاضر ترکیه کشوری است که با حضور تنها ۱۵ سال در اقتصاد این کشور توانسته است سهمی بیشتر از ایران را به خود اختصاص دهد و از طرفی رقبای دیگری مانند چین و عربستان نیز در پی فرصت برای در دست گرفتن بازار این کشور هستند.

رستمی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش مضامین و چالش‌های ظرفیت راهبردی صادرات ایران در بازار عراق (مطالعه تطبیقی ایران و ترکیه در بازار عراق) ضمن بررسی و تأکید بر وابسته به نفت بودن ایران با روش تحلیل مضمون و تحلیل داده‌های مرکز بین‌الملل، پژوهش را نتیجه رساندند. در این راستا با روش گلوله برفی به مصاحبه‌های نیمه ساختاری با ۱۲ نفر از صاحب نظران اقدام نموده و نتیجه گرفتند که ۱۰ چالش مهم برای ایران عبارتند از دیپلماسی اقتصادی، کیفیت، ارزش افزوده، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، حمایت دولت، توسعه و نوسازی زیرساخت‌ها، ناکارآمد بودن شرکت‌های مدیریت صادرات، عدم تنوع صادرات و پیچیدگی اقتصادی و تغییر ساختار اقتصاد بر مبنای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است. مهمترین راهبرد اقتصادی تجارت خارجی ایران نیز تغییرات ساختاری تولید محصولات مبتنی بر علم و فناوری و ظرفیت توانایی‌های داخلی است [۱۷].

کمیته فوق‌العاده اصلاح مالی (۲۰۲۰) با انتشار گزارش بررسی طرح اصلاحات اقتصادی عراق، در نسخه نهایی آن موسوم به مقاله سفید هدف خود را «برقراری تعادل در اقتصاد عراق و قرار دادن آن در مسیری که به دولت این امکان را می‌دهد در آینده گام‌های مناسبی بردارد تا اقتصاد فعلی را به یک اقتصاد متنوع و پویا تبدیل کند و فرصت‌هایی را برای شهروندان جهت زندگی مناسب و معقول ایجاد کند» بیان کرد. این گزارش در قالب بررسی وضعیت فعلی و اصلاحات اقتصادی تدوین گردید که اصلاحات اقتصادی شامل پنج بخش دستیابی به ثبات مالی پایدار، دستیابی به اصلاحات کلان اقتصادی، بهبود زیر ساخت‌های اساسی، خدمات اجتماعی و توسعه حاکمیت و فضاهای قانونی است و هر کدام دارای زیرشاخه‌های مختص خود هستند. بیان این نکته لازم است اندیشکده اقتصاد مقاومتی (۱۳۹۹) برخی از فرصت‌ها برای ایران را بیان می‌کند [۸].

ملاحظه می‌گردد که در میان پژوهش‌های مطروحه اگر چه به برخی نقاط راهبردی و چالش‌های ایران اشاره‌هایی صورت پذیرفته است؛ اما تحقیقی با مینا قرار دادن نقاط راهبردی در قالب روش سوات و ارائه راهبردهایی براساس این نقاط راهبردی وجود ندارد و این خلاء در پژوهش‌های حاضر احساس می‌گردد.

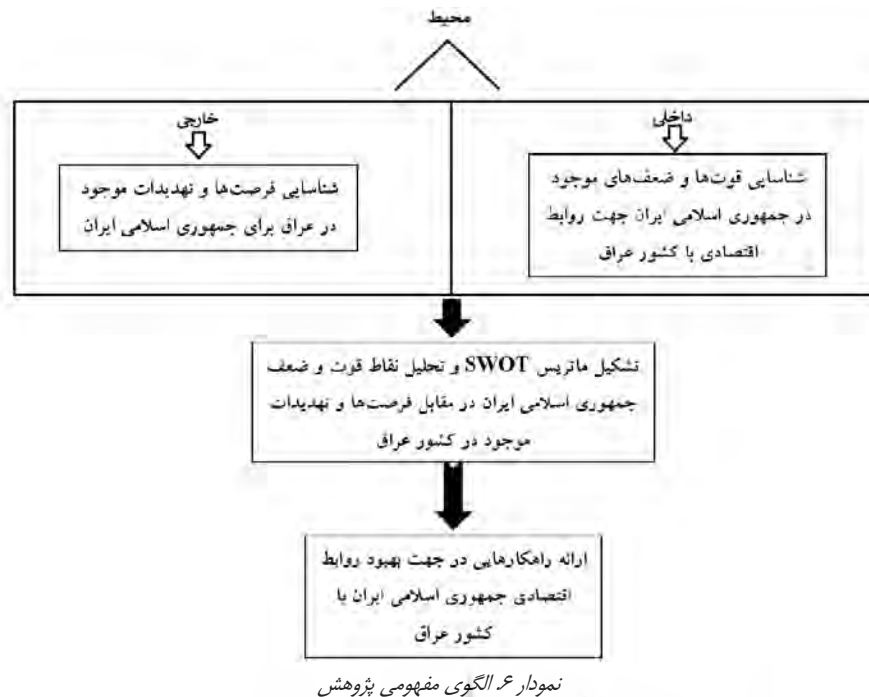
۳. روش‌شناسی تحقیق

در راستای تحلیل روابط و ارائه راهکار جهت افزایش روابط اقتصادی با کشور عراق به روش SWOT، نیاز به شناسایی مهم‌ترین عوامل داخلی و خارجی ایران نسبت به عراق می‌باشد؛ بر این اساس جدول ۵ جمع‌بندی از قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات، که استنباط شده از مبانی تجربی و نظری موضوع و همچنین مصاحبه با صاحب نظران است، ارائه می‌نماید (جدول ۵).

جدول ۵. عوامل داخلی و خارجی جمهوری اسلامی ایران نسبت به کشور عراق (منبع: یافته‌های محقق)

متغیرها	ابعاد	محیط
۱: سطح مطلوب‌تر توان علمی، صنعتی و فناوری. ایران نسبت به کشور عراق	عوامل داخلی	عوامل داخلی
۲: عزم نظام در افزایش مراودات اقتصادی با کشور عراق		
۳: وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مناسب در تولید مواد غذایی و محصولات کشاورزی در ج.ا. ایران		
۴: وجود بازارچه‌های مرزی در جمهوری اسلامی ایران		
۵: وجود ردیف‌های اعتباری و مشوق‌های صادراتی مناسب جهت افزایش سهم‌صادرات ایران به کشور عراق		
۶: وجود پتانسیل بالا جهت سرمایه‌گذاری در ج.ا. ایران		
۷: وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مناسب ج.ا. ایران در زمینه تأمین مصالح ساختمانی		

<p>S_۸: وجود نیروی کار فراوان و ارزان در ج.ا. ایران S_۹: وجود پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های مناسب جهت ارائه خدمات فنی و مهندسی در کشور S_{۱۰}: پیشرفت چشمگیر ج.ا. ایران در حوزه تسلیحات و آموزش‌های نظامی</p>		
<p>W_۱: اختلاف دیدگاه بین دستگاه‌های تأثیرگذار همانند دولت (به معنای وزارت خارجه و وزارت اطلاعات) و سپاه پاسداران انقلاب اسلامی W_۲: عدم پوشش ریسک‌های سرمایه‌گذاری توسط شرکت‌های بیمه‌ای جمهوری اسلامی ایران W_۳: پایین بودن کیفیت برخی تولیدات و بسته‌بندی آن‌ها W_۴: نگاه بدبینانه برخی از مردم کشورمان نسبت به روابط دفاعی با کشور عراق W_۵: ضعف در سیستم بانکی و همچنین وجود تحریم بانکی ج.ا. ایران توسط غرب W_۶: قرار گرفتن روابط اقتصادی در اولویت دوم W_۷: پایین بودن توان مالی و تخصصی شرکت‌های داخلی جهت بازاریابی در سطح بین‌الملل W_۸: بالا بودن نرخ تورم و قیمت تمام شده کالاهای داخلی W_۹: طولانی بودن تشریفات اداری لازم جهت بسط روابط اقتصادی در ج.ا. ایران W_{۱۰}: عدم حمایت کافی سیستم بانکی از تولیدکنندگان و صادرکنندگان</p>	<p>عوامل داخلی</p>	
<p>O_۱: متنوع و گسترده بودن بازار عراق وهمخوانی اکثر محصولات مورد نیاز عراق با محصولات تولیدی ج.ا. ایران O_۲: دید مثبت جریان‌های مختلف مذهبی (خصوصاً شیعیان)، قومی (مخصوصاً کردها) و سیاسی عراق نسبت به ج.ا. ایران O_۳: بدبینی اکثر جریان‌های موجود در عراق نسبت به رقبا ج.ا. ایران به دلیل حمایت آنان از دشمنان عراق خصوصاً داعش O_۴: گرایش عمومی مردم عراق به محصولات ج.ا. ایران O_۵: قربات‌های دینی، مذهبی و فرهنگی بین ج.ا. ایران و عراق (خصوصاً در جنوب عراق) O_۶: وجود آمادگی مذاکره در مسئولین عراق با ج.ا. ایران در همه زمینه‌ها O_۷: امکان گسترش روز افزون روابط سیاسی و اقتصادی بین ج.ا. ایران و عراق O_۸: همسایگی و داشتن مرز مشترک طولانی با عراق O_۹: روند افزایشی بهبود وضعیت معیشتی و افزایش سطح درآمد مردم عراق O_{۱۰}: افزایش تقاضا برای محصولات صنعتی، مواد غذایی و فرآورده‌های کشاورزی در عراق O_{۱۱}: افزایش تقاضا برای خدمات فنی و مهندسی در عراق O_{۱۲}: نیاز عراق به بازسازی و توسعه زیرساخت‌ها</p>	<p>عوامل خارجی</p>	
<p>T_۱: مانع تراشی‌ها و تبلیغات منفی برخی کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در روابط ج.ا. ایران و عراق T_۲: بالا بودن کیفیت و بسته‌بندی محصولات رقبا و همچنین پایین تر بودن قیمت کالاهای آن‌ها T_۳: پیچیدگی واردات کالاهای کشورهای ثالث از طریق عراق، به دلیل لزوم تبعیت آن کالاها از بوروکراسی اداری مرتبط با کالاهای تولیدی عراق T_۴: نگاه منفی برخی جریان‌های مذهبی و قومی مانند سنی‌ها و بازماندگان حزب بعث به روابط با ج.ا. ایران T_۵: امکان همراهی عراق با تحریم‌های اعمال شده بر علیه ج.ا. ایران</p>	<p>تهدیدها</p>	



از آنجا که نتایج این بخش می‌تواند مورد استفاده وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت، امور اقتصادی و دارایی، گمرک، وزارت خارجه، نفت، جهاد کشاورزی، دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، جهت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دقیق با کشور عراق جهت بهره‌مندی در روابط و منافع اقتصادی و به صورت کلی در روابط بین‌الملل قرار گیرد، این تحقیق از نوع کاربردی می‌باشد.

این تحقیق، به توصیف وضعیت موجود روابط دفاعی-امنیتی و همچنین روابط اقتصادی ایران با کشور عراق می‌پردازد لذا توصیفی-تحلیلی می‌باشد. همچنین از آنجا که برای گردآوری داده‌ها از سایت‌های معتبر داخلی و خارجی، ابزارهای پرسشنامه و مصاحبه استفاده شده است می‌توان نتیجه گرفت که داده‌های مورد استفاده ترکیبی از داده‌های کمی و کیفی هستند؛ بنابراین می‌توان روش تحقیق را از حیث داده‌ها از نوع آمیخته دانست. در این پژوهش برای بررسی پیشینه موضوع و احصاء ابعاد و مؤلفه‌های روابط دفاعی-امنیتی و اقتصادی از روش کتابخانه‌ای با مراجعه به کتب، مجلات، مقالات، پژوهش‌ها و پایان‌نامه‌های استفاده گردید و برای تکمیل و اعتبارسنجی یافته‌های کتابخانه‌ای از روش‌های مصاحبه [۲، ۳، ۴، ۵] و پرسش‌نامه (تعداد ۳۰ پرسشنامه در بین متخصصین کشور عراق) نیز بهره‌گیری شد.

در تحقیق حاضر جهت افزایش روایی سازه ابتدا مطالعه گسترده‌ای در زمینه پیشینه موضوع صورت گرفت. سپس منابع اصلی و مهم شناسایی و عمیق‌تر مورد مطالعه قرار گرفتند تا ابعاد مورد نظر تحقیق به خوبی شناسایی گردند از طرفی به این دلیل که پرسشنامه‌ها در قالب ماتریس‌های ارزیابی داخلی، خارجی و QSPM طراحی و توزیع شده است و دقیقاً چارچوب متناسب با اهداف را دارد می‌توان اظهار کرد که به اهداف پژوهش می‌توان دست یافت و این دقیقاً همان مفهوم روایی تحقیق است.

یکی از ابزارهای مورد استفاده برای پایایی که به دفعات مورد استفاده محققین قرار گرفته است، آلفای کرونباخ است. پس از جمع‌آوری داده‌ها از نمونه اولیه، داده‌ها وارد نرم‌افزار SPSS گردید و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. در جداول ۶ و ۷ ملاحظه می‌گردد که نتایج آن بجز در مورد نقاط قوت که گواه بر قابل قبول بودن پایایی است، بقیه موارد از سطح بالای پایایی برخوردار هستند.

جدول ۶. نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای نقاط راهبردی کشور عراق

عوامل	بعد	تعداد نمونه	تعداد سؤالها	مقدار آلفای کرونباخ
عوامل درونی	قوت	۳۰	۱۰	۰/۷۸۶
	ضعف	۳۰	۱۰	۰/۸۹۰
عوامل بیرونی	فرصت	۳۰	۱۲	۰/۹۳۶
	تهدید	۳۰	۵	۰/۹۵۱

جدول ۷. نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه کشور عراق

تعداد نمونه	تعداد سؤالها	مقدار آلفای کرونباخ
۳۰	۳۷	۰/۹۱۳

جامعه آماری این تحقیق کارشناسان و صاحب‌نظران در وزات‌خانه‌ها و سازمان‌های مستقر در سطح شهر تهران هستند که با حداقل جایگاه سازمانی مدیرکلی و یا هم‌تراز آن و پژوهشگران شناخته شده این حوزه هستند که باید حداقل ۱۰ سال سابقه خدمتی در حوزه روابط اقتصادی و دفاعی-امنیتی مربوط به کشور عراق داشته باشند. با توجه به تخصصی بودن موضوع، برای تعیین حجم نمونه آماری از جدول مورگان استفاده و تعداد ۳۰ نفر در نظر گرفته شد. روش نمونه‌گیری، گلوله برفی است.

این تحقیق به دلیل اینکه دارای موضوع بررسی انتخاب راهبرد مناسب است از روش SWOT برای تحلیل داده‌ها بهره می‌گیرد. در این روش برای عراق دو محیط وجود خواهد داشت محیطی که ایران در آن اثرگذار است؛ و عراق در آن محیط تابع ایران می‌باشد که از این پس به چنین محیطی، محیط داخلی می‌گوییم و محیطی که ایران تابع آن خواهد بود و خیلی در آن نمی‌تواند اثرگذار باشد که آن را از این پس محیط خارجی می‌نامیم. در محیط داخلی ممکن است مواردی یافت شوند که هم‌جهت با منافع اقتصادی ایران باشند و ایران بتواند به نفع خود از آن‌ها بهره جوید و امتیازاتی را برای خود کسب کند این موارد را نقاط قوت می‌نامیم؛ از طرفی در همین محیط مواردی ممکن است وجود داشته باشد که ضد منافع ایران باشند و مانع کسب امتیاز ایران شود اینگونه موارد را نقاط ضعف می‌نامیم. واضح است که ایران باید با نقاط قوت خود نقاط ضعفش را پوشش دهد و حداکثر منافع را با حفظ اهداف اصلی بدست آورد. برای محیط خارجی نیز به همین ترتیب خواهد بود مواردی ممکن است هم‌راستا با منافع ایران باشند که ایران بتواند منافع خود را بیشتر نماید که آن‌ها را فرصت دانسته و مواردی ممکن است ضد منافع ایران باشند که آن‌ها را تهدید می‌نامیم. روش SWOT جزیی از روش تدوین راهبرد در علم مدیریت راهبردی است. در این روش برای رسیدن به تحلیل SWOT باید ۴ گام برداشته شود: ۱. شناسایی عوامل داخلی و ارزیابی آن با ماتریس ارزیابی داخلی (IFE) ۲. شناسایی عوامل خارجی و ارزیابی آن با ماتریس عوامل خارجی (EFE) ۳. تشکیل ماتریس SWOT و تحلیل آن ۴. تشکیل ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM).

۳. تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

در پرسشنامه‌ها از پاسخ‌دهندگان خواسته شد که سن، سابقه خدمتی، رشته تحصیلی، سطح تحصیلات و بالاترین پست شغلی مرتبط با موضوع را که داشته‌اند، بیان نمایند. در جداول ۸ تا ۱۲ آمار پاسخ‌دهندگان آورده شده است.

جدول ۸. سن پاسخ‌دهندگان به سؤالات پرسشنامه کشور عراق

سن	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۴۰ سال و پایین‌تر	۶	۲۰	۲۰

1. Internal Factor Evaluation

2. External Factor Evaluation

۴۳	۲۳	۷	۴۱ تا ۴۵ سال
۸۳	۴۰	۱۲	۴۶ تا ۵۰ سال
۱۰۰	۱۷	۵	۵۱ سال و بالاتر
	۱۰۰	۳۰	مجموع

جدول ۹. سابقه خدمت پاسخ دهندگان به سؤالات پرسشنامه کشور عراق

سن	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
۱۰ سال و پایین تر	۳	۱۰	۱۰
۱۱ تا ۱۵ سال	۱۲	۴۰	۵۰
۱۶ تا ۲۰ سال	۱۱	۳۷	۸۷
۲۱ سال و بالاتر	۴	۱۳	۱۰۰
مجموع	۳۰	۱۰۰	

جدول ۱۰. رشته تحصیلی پاسخ دهندگان به سؤالات پرسشنامه کشور عراق

رشته تحصیلی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
روابط بین الملل	۱۰	۳۳	۳۳
علوم سیاسی	۹	۳۰	۶۳
مدیریت راهبردی	۴	۱۳	۷۶
ژئوپلیتیک	۷	۲۴	۱۰۰
مجموع	۳۰	۱۰۰	

جدول ۱۱. سطح تحصیلات پاسخ دهندگان به سؤالات پرسشنامه کشور عراق

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
دکتری	۲۴	۸۰	۸۰
کارشناسی ارشد	۶	۲۰	۱۰۰
مجموع	۳۰	۱۰۰	

جدول ۱۲. بالاترین پست شغلی مرتبط با موضوع پاسخ دهندگان به سؤالات پرسشنامه کشور عراق

بالاترین پست مرتبط با موضوع	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
سفیر و معادل آن	۴	۱۴	۱۴
معاون وزیر و معادل آن	۳	۱۰	۲۴
مدیرکل و معادل آن	۷	۲۳	۴۷
رئیس اداره و معادل آن	۳	۱۰	۵۷
مدرس دانشگاه	۷	۲۳	۸۰
عضو میز مطالعاتی عراق	۶	۲۰	۱۰۰
مجموع	۳۰	۱۰۰	

ملاحظه می شود که ۸۰ درصد پاسخ دهندگان بیش از ۴۰ سال سن داشته و ۹۰ درصد آنان بیش از ۱۰ سال سابقه خدمتی را در کارنامه خود دارند؛ همچنین ۸۰ درصد آن ها دارای مدرک دکتری بوده و در چهار رشته روابط بین الملل، علوم سیاسی، مدیریت راهبردی و ژئوپلیتیک تحصیل نموده اند و در نهایت بالاترین پست شغلی که تاکنون داشته اند بدین صورت است که ۴ نفر (۱۴ درصد) پست سفیر یا معادل آن، ۳ نفر (۱۰ درصد) پست معاون وزیر یا معادل آن، ۷ نفر (۲۳ درصد) پست مدیرکل یا معادل آن، ۳ نفر (۱۰ درصد) رئیس اداره یا معادل آن، ۷ نفر (۲۳ درصد) مدرس دانشگاه و ۶ نفر (۲۰ درصد) عضو میز مطالعاتی عراق بوده اند.

ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی برای کشور عراق. جدول ۱۳ که در تحلیل SWOT به ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی) معروف است دارای سه ستون می‌باشد و با ضرب دو ستون ضریب (منظور این است که هر یک از عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و یا عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدات)، به خودی خود چه اهمیتی در ارتباط اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با کشور عراق می‌تواند داشته باشد) و امتیاز (منظور این است که راهبردهایی که تا کنون جمهوری اسلامی ایران اخذ کرده است به چه میزان با هر یک از عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و یا عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدات)، تناسب داشته است)، ستون نمره حاصل می‌گردد که از جمع این نمرات برای همه قوت‌ها و ضعف‌ها و همچنین همه فرصت‌ها و تهدیدات، نحوه عملکرد اقتصادی ج.ا.ایران در روابط اقتصادی با کشور عراق به لحاظ عوامل داخلی و خارجی موجود به دست می‌آید. اگر مجموع نمرات کمتر از ۲/۵ باشد به معنی این است که کشور دارای ضعف کلی در عملکرد داخلی و یا خارجی است و اگر بیشتر از ۲/۵ باشد به معنی آن است که کشور دارای قوت در عملکرد داخلی و یا خارجی است [۹].

با توجه به برآورد جدول ۱۳، نتیجه ماتریس ارزیابی داخلی برابر با ۲/۷۱۴ و نتیجه ماتریس ارزیابی خارجی معادل ۲/۶ است. بنابراین می‌توان اظهار نمود که جمهوری اسلامی ایران با توجه به عوامل داخلی و خارجی در روابط اقتصادی با کشور عراق دارای ارزیابی کلی مناسبی می‌باشد. از طرفی ذکر این نکته لازم است که سقف نمره ارزیابی داخلی و خارجی عدد ۴ است و با توجه به اعداد استخراج شده از جداول مذکور می‌توان نتیجه گرفت که ایران در برخورد با عوامل داخلی دارای فضای بالقوه‌ای است که توجه بیشتر به این عوامل می‌تواند این فضای بالقوه را جهت تقویت همکاری‌های اقتصادی به بالفعل تبدیل نماید.

استخراج و ارزیابی راهبردهای اقتصادی برای کشور عراق

در روش SWOT، می‌توان با برابر قرار دادن عوامل داخلی در برابر عوامل خارجی در یک ماتریس ۳ در ۳، سعی در مقایسه نظیر به نظیر عوامل راهبردی داخلی و خارجی نمود و براساس آن‌ها راهکارهایی در جهت ارتقاء روابط اقتصادی و استفاده هرچه بیشتر از قوت‌ها و فرصت‌ها و پوشش ضعف‌ها و پرهیز از تهدیدات ارائه نمود. در این ماتریس چهار نوع راهبرد تهاجمی (حاصل از برابر قرار دادن فرصت‌ها و قوت‌ها)، محافظه‌کارانه (حاصل از برابر قرار دادن فرصت‌ها و ضعف‌ها)، رقابتی (حاصل از برابر قرار دادن تهدیدها و قوت‌ها) و تدافعی (حاصل از برابر قرار دادن تهدیدها و ضعف‌ها)، قابل استخراج است. نتیجه ماتریس SWOT برای این پژوهش، استخراج ۱۲ راهبرد برای ارتقاء روابط اقتصادی با کشور عراق است که شامل ۶ راهبرد تهاجمی، ۲ راهبرد محافظه‌کارانه، ۱ راهبرد رقابتی و ۳ راهبرد تدافعی است که در زیر با شماره‌بندی مشخص شده‌اند:

- **راهبرد ۱** (S_1, O_2, O_6) : برگزاری دوره‌های آموزشی برای نیروهای مستعد عراق در زمینه‌های علمی، صنعتی و فناوری؛
- **راهبرد ۲** $(S_3, S_5, S_9, O_{10}, O_{11})$: افزایش مشوق‌های صادراتی برای صادرات کالا و خدمات فنی و مهندسی به عراق؛
- **راهبرد ۳** (S_2, O_{10}) : اعطای امتیاز انحصاری به نمایندگان فروش محصولات کشاورزی و غذایی ایران به منظور تحریک تقاضای مشتریان در عراق؛
- **راهبرد ۴** (S_4, O_8) : افزایش تعداد بازارچه‌های مرزی مشترک بین دو کشور به منظور تسهیل مبادله کالا؛
- **راهبرد ۵** $(S_7, S_9, O_{11}, O_{12})$: مشارکت در بازسازی و توسعه زیرساخت‌های عراق با توجه به مزیت‌های داخلی ج.ا.ایران؛
- **راهبرد ۶** $(S_2, S_3, O_1, O_2, O_4, O_5, O_7, O_9, O_{10})$: ایجاد نمایشگاه‌های دائمی و موردی کالاهای ایرانی در کشور عراق؛
- **راهبرد ۷** (S_2, S_6, S_8, T_5) : در نظر گرفتن امتیاز برای سرمایه‌گذاران عراقی به منظور جذب سرمایه‌های آنان برای تکمیل ظرفیت خالی واحدهای تولیدی داخل کشور و ارسال کالاهای آن به کشور عراق؛

- **راهبرد ۸** (W_1, T_1, T_4, T_5) : تشکیل کارگروه‌های داخلی جهت یکپارچه‌سازی دیدگاه‌های مختلف درباره نحوه عملکرد دستگاه‌های تأثیرگذار در عراق؛
- **راهبرد ۹** (W_3, W_7, T_2) : در نظر گرفتن واحدهای کنترل کیفیت جهت ممانعت از صادرات کالاها بی-کیفیت و بسته‌بندی نامناسبه عراق؛

جدول ۱۳. ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی جمهوری اسلامی ایران نسبت به کشور عراق (منبع: یافته‌های پژوهش)

عوامل داخلی	ضریب	امتیاز	نمره	عوامل خارجی	ضریب	امتیاز	نمره
قوت‌ها	//////////	//////////	//////////	فرصت‌ها	//////////	//////////	//////////
S_1	۰/۰۴۸	۲/۳۶۶	۰/۱۱۴	O_1	-۰/۰۶۷	۲/۴۶۶	۰/۱۶۵
S_2	-۰/۰۵	۳/۰۳۳	۰/۱۵۱	O_2	-۰/۰۵۱	۱/۹	۰/۰۹۷
S_3	۰/۰۴۸	۲/۹۶۶	۰/۱۴۲	O_3	-۰/۰۵۳	۲/۸۳۳	۰/۱۵
S_4	۰/۰۴۹	۲/۹۶۶	۰/۱۴۵	O_4	-۰/۰۵۶	۱/۹۶۶	۰/۱۱
S_5	۰/۰۵۱	۲/۶۳۳	۰/۱۳۴	O_5	-۰/۰۵۵	۱/۹۶۶	۰/۱۰۸
S_6	۰/۰۴	۲/۲	۰/۰۸۸	O_6	-۰/۰۵۷	۲/۱	۰/۱۲
S_7	۰/۰۵۶	۲/۹۶۶	۰/۱۶۶	O_7	-۰/۰۶۲	۲/۰۳۳	۰/۱۲۶
S_8	۰/۰۵۶	۲/۳۶۶	۰/۱۳۳	O_8	-۰/۰۶۴	۳/۳۴	۰/۲۱۳
S_9	۰/۰۵۸	۲/۷۳۳	۰/۱۵۹	O_9	-۰/۰۵۳	۲/۸۳	۰/۱۵
S_{10}	-۰/۰۵	۲/۶	۰/۱۳	O_{10}	-۰/۰۵۶	۳/۲	۰/۱۷۹
ضعف‌ها	//////////	//////////	//////////	O_{11}	-۰/۰۵۴	۳/۲	۰/۱۷۳
W_1	۰/۰۵۶	۲/۹	۰/۱۶۲	O_{12}	-۰/۰۶۵	۳/۱۳۳	۰/۲۰۳
W_2	۰/۰۵۶	۲/۲	۰/۰۷۷	تهدیدات	//////////	//////////	//////////
W_3	۰/۰۶۶	۲/۴۳۳	۰/۱۶	T_1	-۰/۰۵۵	۳/۱۳۳	۰/۱۷۲
W_4	۰/۰۳۲	۲/۹	۰/۰۹۳	T_2	-۰/۰۶۵	۳/۵۳۳	۰/۲۲۹
W_5	۰/۰۴۸	۳/۲	۰/۱۵۴	T_3	-۰/۰۵۸	۱/۹۳۳	۰/۱۱۲
W_6	۰/۰۴۳	۳/۰۶۶	۰/۱۳۲	T_4	-۰/۰۵۹	۱/۷۳۳	۰/۱۰۲
W_7	-۰/۰۶	۲/۹	۰/۱۷۴	T_5	-۰/۰۷	۲/۷۳۳	۰/۱۹۱
W_8	۰/۰۵۴	۲/۶۳۳	۰/۱۴۲				
W_9	۰/۰۴۸	۲/۸۶۶	۰/۱۳۷				
W_{10}	۰/۰۵۲	۲/۳۳	۰/۱۲۱				
مجموع	۱		۲/۷۱۴	۱			۲/۶

- **راهبرد ۱۰** (W_4, W_6, W_1, T) : شفاف‌سازی دلایل روابط دفاعی-امنیتی با عراق و منافع اقتصادی ناشی از تعامل با آن کشور؛
- **راهبرد ۱۱** (W_1, O_2, O_3) : برقراری جلسات مختلف بین نمایندگان جریان‌های عراقی موافق با ج.ا.ایران و دستگاه‌های تأثیرگذار در ج.ا.ایران؛
- **راهبرد ۱۲** $(W_2, O_2, O_5, O_6, O_7, O_8)$: ایجاد انگیزه در شرکت‌های بیمه‌ای ج.ا.ایران جهت پوشش ریسک سرمایه‌گذاری و بازرگانی در هر دو کشور.

حال باید درجه اهمیت هر راهبرد نسبت به سایر راهبردها مشخص گردیده و راهبردها اولویت‌بندی شوند که با تشکیل ماتریس QSPM انجام می‌شود. در این ماتریس با ضرب ضرایب جدول ۱۳ در نمره‌های امتیاز که با پرسشنامه جمع‌آوری شده‌اند (جهت پرهیز از افزایش حجم مقاله از محاسبات ریاضی آن صرف نظر شده است) نمره هر راهبرد مشخص می‌شود که با جمع نمودن آن‌ها نمره کل هر راهبرد به دست می‌آید. این ماتریس ضمن دارا بودن توانایی اولویت‌بندی هر راهبرد نسبت به سایر راهبردها می‌تواند مشخص کند که هر راهبرد از نظر خبرگان چه جایگاهی دارد و به چه میزان قابل اتکا هستند [۹]. در این روش اگر مجموع نمرات هر راهبرد، زیر ۱ باشد راهبرد غیر قابل قبول، اگر مجموع نمرات بین ۱ تا ۲ باشد راهبرد مورد نظر یک راهبرد متوسط، اگر مجموع نمرات

بین ۲ تا ۳ باشد چنین راهبردی یک راهبرد خوب و در نهایت اگر مجموع نمرات بین ۳ تا ۴ و یا حتی بالاتر باشد، آن راهبرد را می‌توان یک راهبرد بسیار خوب عنوان نمود (جدول ۱۴).



جدول ۱۴. نتایج ماتریس QSPM، ج.۱، ایران در رابطه با کشور عراق (منبع: یافته‌های پژوهش)

راهبردها												عوامل راهبردی
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
												عوامل داخلی
.	./۰۰۲	.	./۰۲۷	./۰۰۲	./۰۹۶	./۱۱	./۰۴۲/۱۸۹	۱S
./۰۶۳	./۱۱۵	./۰۰۲	./۱۷۷	./۱۱	./۱۱۳	./۱۵	./۰۳۸	./۰۶	./۱۴۷	./۱۷۵	./۰۲۲	۲S
./۰۴۱	./۰۰۲	./۰۰۲	./۱۳۹	.	./۰۷۵	./۱۵	./۰۰۳	./۰۳	./۱۵۶	./۱۴۷	./۰۳۲	۳S
./۰۲۵	.	./۰۰۲	./۱۲	.	./۰۵۳	./۰۸	.	./۱۷	./۱۱۳	./۱۲۵	.	۴S
./۰۶	./۰۰۳	./۰۰۲	./۱۷۱	./۰۵۱	.	./۱۵	./۰۴۳	./۰۴	./۱۳	./۱۷۸	./۰۳۹	۵S
./۰۰۱	./۰۵۲	./۰۰۱	./۰۳۲	.	./۱۳۸	./۰۳	./۰۳۲	./۰۲	./۰۴	./۰۷۶	./۰۳	۶S
./۰۰۲	./۰۰۴	./۰۰۲	./۱۴۱	./۰۲۸	./۰۸	./۱۲	./۱۹۹	.	.	./۱۶۸	./۰۶۹	۷S
.	./۰۰۲	.	./۰۰۶	.	./۱۵۱	./۰۸	./۱۲۸	./۰۴	.	./۱۳۶	.	۸S
./۰۶۱	./۰۰۴	./۰۰۲	./۱۱۳	./۰۳۸	./۰۰۶	./۱۲	./۱۶۶	./۰۱	.	./۱۲۹	./۱۳۹	۹S
.	./۰۵۸	.	./۰۶۴	./۰۷۹	./۰۰۲	./۰۱	./۰۲	.	.	./۰۱۳	./۰۵۲	۱۰S
./۰۳۹	./۲۰۲	./۱۰۴	./۰۰۴	./۱۹۴	./۰۰۲	./۰۲	./۰۲	.	./۰۲۶	./۰۰۹	./۱۰۸	۱W
./۱۲۶	./۰۰۱	./۰۰۱	./۱۰۱	./۰۲۳	./۰۹۵	.	./۰۲	.	./۰۹۱	./۰۸	.	۲W
./۰۴۸	.	.	./۲۴۹	.	./۱۹۴	./۲۱	.	./۰۴	./۲۰۱	./۱۵۶	.	۳W
./۰۰۱	./۱۱۵	./۱۰۳	./۰۱۶	./۱۱۴	./۰۴۴	./۰۳	./۰۱۶	./۰۱	./۰۵۹	./۰۱۵	./۰۲۶	۴W
./۰۴۵	./۰۴	.	.	./۰۸۶	./۰۲۱	.	./۰۰۲	./۰۷	.	./۰۰۹	.	۵W
./۰۱۶	./۰۳۹	./۰۸۷	./۱۲۶	./۱۳	./۰۳۹	./۱	.	./۰۵	./۱۱۷	./۰۰۳	.	۶W
./۱۳	./۰۰۲	./۰۰۲	./۱۳۴	./۰۵	./۱۱۸	./۱۹	./۰۲۸	./۰۱	./۱۸۸	./۱۳۴	./۰۸۴	۷W
./۰۳۲	.	.	./۱۵۶	.	./۰۳۹	./۱۵	.	./۰۵	./۱۲۴	./۱۱	./۰۸۳	۸W
./۰۶۳	./۰۶۴	./۰۲۳	./۱۱۴	./۱۲۷	./۰۰۲	./۰۴	.	.	./۰۲۸	./۰۵۷	.	۹W
./۱۲۳	.	./۰۰۲	./۱۰۱	./۰۰۲	.	./۱۱	.	.	./۰۷۷	./۰۸۵	./۰۲۷	۱۰W

نمره کل راهبردها												راهبردها
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	عوامل راهبردی
												عوامل خارجی
-/۰۰۲	-/۰۰۲	.	-/۱۹۱	-/۰۵۶	-/۰۵۸	-/۱۹	-/۰۴	-/۰۶	-/۲۱۹	-/۱۶۳	-/۰۴۹	۱O
.	-/۱۵۴	.	.	-/۱۱۷	-/۱۱	-/۰۳	.	-/۰۵	.	-/۰۲۸	-/۰۷۱	۲O
.	-/۱۷۶	-/۰۸۶	.	-/۱۷۳	-/۰۸۱	-/۰۳	-/۰۵۱	.	-/۰۰۲	-/۰۲۳	-/۰۳۴	۳O
-/۰۷۱	-/۰۰۲	.	-/۱۷۵	-/۰۳۸	-/۰۹۴	-/۱۷	-/۰۷۹	-/۰۷	-/۱۸۷	-/۱۵۶	-/۰۲۸	۴O
.	-/۱۳۴	-/۰۱۵	.	-/۰۳۳	-/۰۳۱	-/۰۵	-/۰۲۹	-/۰۵	-/۰۶۴	-/۰۵۳	-/۰۲۹	۵O
-/۰۸۹	-/۱۸۴	.	.	-/۱۷۹	-/۰۶۵	-/۱۱	-/۰۶۳	-/۰۴	-/۱۲	-/۰۸۷	-/۰۸۳	۶O
-/۰۰۴	-/۱۱	-/۰۸۵	-/۱۳۹	-/۱۵۶	-/۰۹۸	-/۱۱	-/۰۰۲	-/۰۳	-/۱۵۱	-/۰۴۱	-/۰۳۷	۷O
.	.	.	-/۱۴۱	.	-/۱۶۹	-/۱۵	-/۰۷۵	-/۱۹	-/۱۳۲	-/۲۰۲	-/۰۲۳	۸O
-/۰۴۴	.	.	-/۱۵	.	-/۰۵۵	-/۱۲	-/۰۸۱	-/۰۴	-/۱۴۳	-/۱۶۱	-/۰۵۳	۹O
-/۰۸۳	.	.	-/۱۹۶	.	-/۰۹۵	-/۱۵	-/۰۹۳	-/۱	-/۱۷۸	-/۱۷۹	-/۰۳۵	۱۰O
-/۰۷	.	.	-/۱۴۴	.	-/۰۷۵	-/۱۱	-/۱۶۹	-/۰۷	.	-/۱۷۸	-/۰۳۹	۱۱O
.	-/۰۵۸	-/۰۰۲	-/۰۳۷	-/۱۸۲	-/۱۰۲	-/۱۶	-/۲۲۱	-/۰۴	-/۱۱۷	-/۱۴۵	-/۱۰۶	۱۲O
-/۰۵۳	-/۱۷۸	-/۰۰۴	-/۰۶۹	-/۱۹۱	.	-/۰۲	-/۰۰۲	.	.	-/۰۱۲	.	۱T
-/۱۰۱	.	.	-/۲۴	.	-/۰۰۲	-/۱۸	-/۰۰۲	-/۰۸	-/۲۱۷	-/۱۴	.	۲T
-/۰۴۸	-/۰۴	.	-/۰۷۷	.	-/۰۰۲	-/۰۳	-/۰۰۲	-/۱	-/۱۰۸	-/۰۲۹	.	۳T
.	-/۱۷۹	-/۰۰۴	.	-/۲۱۱	-/۰۴۵	-/۰۳	-/۰۷۷	.	.	-/۰۱	.	۴T
-/۰۰۲	-/۲۱۴	-/۰۹۸	-/۰۵۳	-/۲۲۳	.	.	.	-/۱۱	.	.	-/۰۳۲	۵T
۱/۴۴	۲/۱۳۷	-/۶۲۶	۳/۶	۲/۵۹	۲/۳۴۲	۳/۴۸	۱/۷۴	۱/۶۳	۳/۱۴	۳/۴۱۲	۱/۵۱۹	مجموع

رتال جامع علوم انسانی

با توجه به جدول ۱۴ می‌توان راهبرها را به‌صورت جدول ۱۵ اولویت بندی نمود.

جدول ۱۵. اولویت‌بندی راهبردهای کشور عراق براساس نمره کل جذابیت (منبع: یافته‌های پژوهش)

درجه اهمیت راهبرد	راهبرد
بسیار خوب	<ul style="list-style-type: none"> • در نظر گرفتن واحدهای کنترل کیفیت جهت ممانعت از صادرات کالاهای بی کیفیت و بسته‌بندی نامناسب به عراق (باعنوان راهبرد نهم). • ایجاد نمایشگاه‌های دائمی و موردی کالاهای ایرانی در کشور عراق (باعنوان راهبرد ششم). • افزایش مشوق‌های صادراتی برای صادرات کالا و خدمات فنی و مهندسی به عراق (باعنوان راهبرد دوم). • اعطای امتیاز انحصاری به نمایندگان فروش محصولات کشاورزی و غذایی ایران به‌منظور تحریک تقاضای مشتریان در عراق (باعنوان راهبرد سوم).
	<ul style="list-style-type: none"> • تشکیل کارگروه‌های داخلی جهت یکپارچه‌سازی دیدگاه‌های مختلف درباره نحوه عملکرد دستگاه‌های تأثیرگذار در عراق (باعنوان راهبرد هشتم). • در نظر گرفتن امتیاز برای سرمایه‌گذاران عراقی به‌منظور جذب سرمایه‌های آنان برای تکمیل ظرفیت خالی واحدهای تولیدی داخل کشور و ارسال کالاهای آن به کشور عراق (باعنوان راهبرد هفتم). • برقراری جلسات مختلف بین نمایندگان جریان‌های عراقی موافق با ج.ا.ایران و دستگاه‌های تأثیرگذار در ج.ا.ایران (باعنوان راهبرد یازدهم).
	<ul style="list-style-type: none"> • مشارکت در بازسازی و توسعه زیرساخت‌های عراق با توجه به مزیت‌های داخلی ج.ا.ایران (باعنوان راهبرد پنجم). • افزایش تعداد بازارچه‌های مرزی مشترک بین دو کشور به منظور تسهیل مبادله کالا (باعنوان راهبرد چهارم). • برگزاری دوره‌های آموزشی برای نیروهای مستعد عراق در زمینه‌های علمی، صنعتی و فناوری (باعنوان راهبرد یکم). • ایجاد انگیزه در شرکت‌های بیمه‌ی ج.ا.ایران جهت پوشش ریسک سرمایه‌گذاری و بازرگانی در هر دو کشور (باعنوان راهبرد دوازدهم).
غیرقابل قبول	<ul style="list-style-type: none"> • شفاف‌سازی دلایل روابط دفاعی- امنیتی با عراق و منافع اقتصادی ناشی از تعامل با آن کشور (با عنوان راهبرد دهم)

۴. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در این پژوهش، ۱۰ قوت، ۱۰ ضعف، ۱۲ فرصت و ۵ تهدید به عنوان عمده‌ترین نقاط راهبردی تعیین گردید. از این نقاط راهبردی در ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی استفاده شده که در نتیجه تحلیل این ماتریس‌ها ارزیابی کلی عملکرد ایران نسبت به نقاط راهبردی داخلی و خارجی برای کشور عراق مناسب ارزیابی شد؛ اما همچنان دارای پتانسیل بالایی جهت بهره‌برداری است؛ همچنین با تحلیل این نقاط در ماتریس سوات ۱۲ راهبرد استخراج گردید که با اولویت‌بندی این راهبردها با ماتریس برنامه‌ریزی کمی، ۴ راهبرد بسیار خوب، ۳ راهبرد خوب، ۴ راهبرد متوسط و یک راهبرد غیرقابل قبول تشخیص داده شد. در راستای اجرایی شدن راهبردها پیشنهاد‌های زیر مطرح می‌شود:

پیشنهادها. جهت عملی نمودن راهبرد یکم از ظرفیت آموزشگاه‌ها و دوره‌های فنی و حرفه‌ای سطح کشور جهت برگزاری دوره‌های آموزشی با زبان‌های عربی و انگلیسی برای نیروهای مستعد عراقی در داخل کشور استفاده شود. جهت عملی نمودن راهبرد دوم مشوق‌های کاهش نرخ مالیات، تعرفه‌های صادراتی، در نظر گرفتن‌های مشوق‌های صادراتی در قالب یارانه و تسهیلات بانکی و همچنین تسهیل روند اعطای روادید به نیروهای متخصص داخلی جهت ارائه خدمات فنی مهندسی به کشور عراق در نظر گرفته شود. جهت عملی نمودن راهبرد سوم تفکیک گروه‌های کالایی در حوزه محصولات کشاورزی و غذایی تولید شده در داخل کشور و شناسایی افراد متخصص در هر گروه کالایی و اعطای امتیاز انحصاری به آن‌ها به‌منظور صادرات به کشور عراق در دستور کار قرار گیرد. جهت عملی نمودن راهبرد چهارم دولت با ارتقاء سطح امنیت مناطق مرزی به واسطه رایزنی با احزاب و تشکل‌های موجود در عراق جهت کاهش تنش‌های سیاسی و همچنین ارتقاء زیرساخت‌های این مناطق (شامل حمل و نقل،

امکانات رفاهی، خدمات الکترونیک و فناوری اطلاعات)، بازرگانان و مردم را به استفاده از بازارچه‌های مرزی و گسترش آن‌ها ترغیب نماید. جهت عملی نمودن راهبرد پنجم ظرفیت‌های داخلی در حوزه زیرساخت‌ها شناسایی شود و از نفوذ سیاسی و مذهبی به منظور انجام پروژه‌های عمرانی، نیرو (آب، برق و گاز)، حمل و نقل، خدمات IT از سوی بخش‌های دولتی، خصوصی و مشارکتی جهت توسعه و بازسازی زیرساخت‌های کشور عراق استفاده شود. جهت عملی نمودن راهبرد ششم دولت در شهرهای مهم اقتصادی کشور عراق نمایشگاه‌های دائمی را ایجاد نماید به نحوی که تمامی واحدهای تولیدی داخلی، امکان به نمایش گذاشتن و تبلیغ محصولات خود را داشته باشند. همچنین زمینه برگزاری نمایشگاه‌های موردی را در سایر شهرها فراهم آورد. جهت عملی نمودن راهبرد هفتم کاهش نرخ مالیات و تضمین سرمایه‌گذاری‌های خارجی به روش‌های نوین در قالب تسهیل روند بررسی درخواست سرمایه‌گذاری و پوشش‌های تضمینی و حمایتی (شامل تضمین حقوق، تسهیلات و تعهدات متقابل سرمایه‌گذار) برای سرمایه‌گذاران عراقی جهت مشارکت در تکمیل ظرفیت‌های خالی واحدهای تولیدی در داخل کشور در دستور کار قرار گیرد. جهت عملی نمودن راهبرد هشتم یک واحد متشکل از نفرات دستگاه‌های تاثیرگذار بر روابط با کشور عراق جهت دستیابی به یک تفاهم و اشتراک در دیدگاه‌ها در نحوه تعامل با کشور عراق تشکیل گردد. همچنین این واحد می‌تواند با برقراری جلساتی با جریان‌های موافق ج.ا.ایران در عراق با آن‌ها نیز به دیدگاه مشترکی در مورد رابطه بین دو کشور برسند. جهت عملی نمودن راهبرد نهم فرهنگ و فضای رقابتی در بین تولیدکنندگان با در نظر گرفتن تسهیلات جهت ارتقاء کیفیت کالاهای تولیدی ایجاد شود. همچنین با انجام هماهنگی‌های لازم بین سازمان‌های مختلف جهت استقرار واحدهای متعدد کنترل کیفیت از صادرات کالاهای بی‌کیفیت به کشور عراق ممانعت به عمل آید. جهت عملی نمودن راهبرد یازدهم به منظور تسهیل روند سرمایه‌گذاری توسط سرمایه‌گذاران ایرانی و اخذ امتیازهای بیشتر برای آن‌ها، رایزنی با مسئولان عراقی انجام گردد. جهت عملی نمودن راهبرد دوازدهم به منظور ایجاد انگیزه در شرکت‌های بیمه‌ای برای پوشش ریسک‌های سرمایه‌گذاری و بازرگانی در کشور عراق، تبلیغات گسترده در مورد آگاهی بخشی به شرکت‌های بیمه‌ای نسبت به فرصت‌های فعلی و بالقوه موجود در این کشور انجام گیرد.

منابع

1. Arabzozani, M., Hasanipour, S., & Baigi, W. (2014). Understanding the concept of Cronbach's alpha: a necessity for conducting original research studies. *Iranian Journal of Education in Medical Sciences*, 14(9). [in Persian]
2. Azadbakht, A. (2019). . Personal interview with Dr. Yahya Al-Ishaq Holds a PhD in Management, Vice President of the Iranian Chamber of Commerce, Industries and Mines, Chairman of the Tehran Chamber of Commerce, Industries and Mines and Chairman of the Iran-Iraq Joint Chamber of Commerce. [in Persian]
3. Azadbakht, A. (2019). Personal interview with Dr. Hassan Shokripour. Holds a PhD in Strategic Management and 25 years of service in the management of Arab-African countries of the Ministry of Foreign Affairs. [in Persian]
4. Azadbakht, A. (2019). Personal interview with Samad Hemmati has a master's degree in international relations and worked for 16 years in various positions, as well as a member of the Iraqi desk and the axis of resistance. [in Persian]
5. Azadbakht, A. (2019). Personal interview with Sadegh Sohrabi. Holds a master's degree in Geopolitics. [in Persian]
6. Dehghani Firoozabadi, S. J., & Salehi, M. (2012). Economic diplomacy of the Islamic Republic of Iran: Backgrounds and challenges (with emphasis on five indicators of globalization). *Iranian Economic Research Quarterly*, 17(52). [in Persian]
7. Daneshnia, F. (2012). Development-oriented economic diplomacy and foreign policy: tools for the success of the IRA's development strategy. In the global economy. *Quarterly Journal of Strategic Studies, Public Policy*, 3(9). [in Persian]
8. Extraordinary Committee on Financial Reform. (2020). *Examining Iraq's economic reform plan and its opportunities for Iran. Translation: Institute of Resistance Economics*. Tehran: Institute of Resistance Economics. [in Persian]
9. Fred R, D. (2008). *Strategic Managment. Translation: Seyyed Mohammad Arabi and Mohammad Taghizadeh Motlagh (1396)*. Cultural Research Office.
10. Jafari, Majid. (2016, December 26). *Excellent economic relations between Iran and Iraq in 2017*. IRNA News Agency. [in Persian]
11. KostECKI, M., & Naray, O. (2007). *Commercial diplomacy and international business*. Netherlands Institute of International Relations' Clingendael'.
12. Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2012). *International Economics 9th ed: Theory & Policy*. Addison-Wesley.
13. Mahmouzdadeh, Y. (2013). *A set of specialized economics courses*. Modaresan sharif.
14. Mousavi Shafaei, M., & Imani, H. (2017). Economic diplomacy: an approach to increasing Iran's national power. *Strategy Quarterly*, 26(84). [in Persian]
15. Moons, S., & Van Bergeijk, P. A. (2013). Economic Diplomacy Works: A meta-analysis of its effect on international economic flows. *MAER Colloquim, University of Greenwich*.
16. Qasemian, A. (2014). *Iran's performance in using the trade capacity of neighboring countries*. Tehran: Tehran Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture. [in Persian]
17. Rostami, M., Namamian, F., Islambolchi, A., & Sohrabi, R., (2020). Themes and challenges of Iran's strategic export capacity in the Iraqi market (Comparative study of Iran and Turkey in the Iraqi market). *Journal of Strategic Studies, Public Policy*, 10(35). [in Persian]
18. Reymond, S., & Lichia, Y. (2002). International Economic Diplomacy: Mutations in Post Modern Times. *Clingendael: Netherlands Institute of International Relations*.
19. Salvatore, D. (2012). *Introduction to international economics*. Wiley.
20. Samiei Nasab, M. (2014). Economic diplomacy: a strategy to counter economic sanctions in a system of resistance economics. *Security Horizons Quarterly*, 7(25). [in Persian]
21. Shariati, S. (2017). The role of structural obstructive components in the process of convergence of Iran and Iraq. *Journal of the Faculty of Law and Political Science*, 3(11). [in Persian]

22. Sharifi, K., Masoudi, M., & Haghi, A. R. (2008). *Trade Guide to Iraq*. Commercial Publishing Company. [in Persian]
23. Tabatabai, S. A. (2009). Requirements of economic diplomacy of the Islamic Republic of Iran in the era of globalization. *Political Studies*, 2(5). [in Persian]

