

دییلماسی اقتصادی، راهبرد مقابله با تحریم‌های اقتصادی در منظومه اقتصاد مقاومتی

مصطفی سمیعی نسب^۱

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۰/۲۳ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۳/۱۲/۱۵

فصلنامه آفاق امنیت/ سال هفتم / شماره بیست و پنجم - زمستان ۱۳۹۳

چکیده

یکی از سیاست‌های کارآمد و راهبردی برای کسب امتیاز در صحنه رقابت اقتصاد جهانی برای پیشرفت اقتصادی، از تلاقی دو حوزه اقتصاد و سیاست خارجی با عنوان «دییلماسی اقتصادی» حاصل می‌شود. دییلماسی اقتصادی به دنبال تبدیل کردن منابع قدرت موجود در حوزه اقتصاد به قدرت واقعی و در نتیجه، افزایش اقتدار یک ملت است. نیاز اساسی در این‌باره مشخص شدن اصول و راهبردهای دییلماسی اقتصادی است، که براساس آن بتوان برنامه‌ریزی عملیاتی انجام داد و اهداف پیش‌بینی شده را محقق کرد. با وجود تأکیدات بسیار بر ضرورت هم‌افزایی میان حوزه اقتصاد و دییلماسی در سالیان اخیر، تاکنون سند یا نقشه‌ای که این هم‌افزایی را تبیین و تدقیق کند، تهیه نشده است. متغیر تحریم در سال‌های اخیر سبب شده است تا همگونی و همسویی تعاملات خارجی اقتصادی ایران با تعاملات سیاست خارجی‌اش بیش از پیش مطرح شود. روش تحقیق به کار گرفته شده در این تحقیق توصیفی - تحلیلی و با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای، تحلیل اسنادی است. راهکارهایی در چارچوب تعامل با نهادها و سازمان‌های بین‌المللی حوزه اقتصاد، چگونگی راهکارهای افزایش تعامل اقتصادی با کشورهای همسوی سیاسی، تقسیم وظایف بازیگران مختلف عرصه دییلماسی اقتصادی، طراحی سازوکارهای خنثی‌سازی فعالیت‌های دییلماتیک دشمن در شرایط تحریم‌های اقتصادی و ... تحقق‌بخش هدف نیل به اقتصاد مقاومتی است.

واژگان کلیدی

اقتصاد مقاومتی، برون‌گرایی، دییلماسی اقتصادی، تحریم اقتصادی و سیاست خارجی



مقدمه

پس از طی کردن دوران مقابله سخت جمهوری اسلامی با جبهه کفر، که دستاوردی چون دفاع مقدس را به همراه داشت، شدت و حجم عرصه تقابل فضاهای نرم و هوشمند گسترش یافته است. حوزه‌ها و فضاهای گوناگون علمی، اقتصادی و سیاسی شاهد این تقابل بوده و هستند، اما در سالیان اخیر و با شکست اکثر تهاجمات دشمن در عرصه‌های مختلف، تحریم‌های شدیدتر اقتصادی و محدودیت‌های کسب و کار داخلی و ارتباطات خارجی در دستور کار قرار گرفته است. مجموعه شرایط پیش‌آمده برای کشور که نظیری برای آن در عرصه بین‌المللی و نظری اقتصاد نمی‌توان یافت، باعث شد که رهبر انقلاب اسلامی ادبیات و عرصه جدیدی را برای استمرار و اقتدار ملی و اقتصادی کشور ترسیم کنند. این عرصه که با ظهور مفهومی به نام «اقتصاد مقاومتی» تجلی یافته است، بیانگر مجموعه مفاهیم، شاخص‌ها و سیاست‌هایی است که اقتصاد ملی را براساس شرایط مستحدثه تدوین کرده، و نوعی مقاوم‌سازی، انعطاف‌پذیری و اقتدار هم‌زمان را برای این حوزه فراهم می‌آورد.

نکته قابل توجه این است که انقلاب اسلامی همواره متکی بر غنای فکری و اندیشه‌های خود و براساس نظام ارزشی خاص خود به دنبال زایش مفهومی بوده است؛ به نحوی که در یک بستر زبانی به خلق و توسعه سپهر واژگانی مختص به خود منتهی شود. در مرحله بعد، گفتمان خاص به خود را حول این سپهر واژگانی سامان دهد و در نهایت، برای نهادینه‌سازی آن نظام ارزشی مبنا، اقدام به نهادسازی‌های متناسب با آن نظام ارزشی، مفهومی و واژگانی گفته‌شده کند. اما در این بین، نقش ولی فقیه محوری و اساسی بوده، به‌ویژه اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای از غنای خارق‌العاده‌ای برخوردار است. باید دقت داشت که انقلاب اسلامی حاوی اندیشه جدیدی بود و بسیار طبیعی است که این نهضت برای ادامه حرکت عمومی خود براساس مبانی اولیه‌اش به بازتولید مفاهیم جدید و به تبع آن، نظام واژگانی جدید اقدام کند (سمیعی‌نسب، ۱۳۹۳: ۳۱۸). این تأکید بر منظومه بومی واژگان در چند سال اخیر از سوی آیت‌الله خامنه‌ای مطرح شده است: «وقتی یک فکر جدید مثل فکر حکومت اسلامی، نظام اسلامی و بیداری اسلامی مطرح می‌شود، مفاهیم جدیدی را در جامعه القاء می‌کند؛ لذا این حرکت و این نهضت باید واژه‌های متناسب خودش را دارا باشد؛ اگر از واژه‌های بیگانه وام گرفت، فضا آشفته خواهد شد، مطلب ناگفته خواهد ماند» (۱۳۹۰/۰۷/۲۲). بر همین مبنا، بازخوانی مفهوم تأسیسی اقتصاد مقاومتی و رویکردهای حاکم بر آن، به‌منظور گفتمان‌سازی و نهادسازی پسینی امری ضروری است.



عصر پرچالش کنونی که برای جمهوری اسلامی ایران، تحریم‌ها و دشواری‌های فراوان و ویژه‌ای را یدک می‌کشد، نظام اقتصادی کشور را لاجرم به اتخاذ یک نظام اقتصاد متناسب با این تحولات و چالش‌های خاص، فرا می‌خواند. در واقع، حیات نظام اقتصادی کشور در گرو مقاومتی علیه آماج حملات اقتصادی و سیاسی بیرونی و شوک‌ها و تهدیدات داخلی است که علاوه بر کارآمدی در اداره معیشت جامعه، بتواند حضور فعال جمهوری اسلامی ایران را به عنوان الگو و الهام‌بخش در تحولات جهان میسر سازد.

جمهوری اسلامی ایران از جمله کشورهایی است که در سه دهه اخیر بیشترین و گسترده‌ترین تحریم‌ها را متحمل شده است. تحریم اقتصادی شرایط اقتصادی کشور را در وضعیتی قرار می‌دهد که با اغلب فروض اساسی علم اقتصاد در تناقض است. حرکت آزادانه سرمایه برای کسب سود بیشتر در شرایطی که کشوری در تحریم قرار دارد، فارغ از معنای عملی و قدرت سیاست‌گذاری است. اعمال سیاست‌های تشویقی برای جذب سرمایه‌های خارجی در دوران تحریم موفق نخواهد بود. اعمال سیاست‌های ارزی برای مدیریت تجارت خارجی کشور تحت تأثیر شرایط تحریم کاملاً متفاوت است. سیاست‌های کلان اقتصادی برای کشوری که امکان تحریم شدن اقتصادی را همواره دارد، متفاوت با کشوری است که دچار این تهدید نیست. کشورهای دچار تحریم عموماً به سیاست‌های خوداتکایی و خودکفایی درون‌زا نیاز دارند. تولید دانش اقتصادی مبتنی بر شرایط تحریم برای اداره کشورهای تحریم‌شده بسیار ضروری است. تبیین اقتصاد تحریم‌نیازی جهانی است که می‌تواند در شرایط معادلات سیاسی و اقتصادی جهان نقش‌آفرین باشد.

از طرفی، با توجه به تأکید بند ۱۲ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی مبنی بر افزایش قدرت مقاومت و کاهش آسیب‌پذیری اقتصاد کشور از طریق:

* توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان، به‌ویژه همسایگان؛

* استفاده از دیپلماسی در راستای حمایت از هدف‌های اقتصادی؛

* استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای (متن سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲)،

ضرورت بازخوانی و ساماندهی دیپلماسی اقتصادی بیش از پیش احساس می‌شود. دیپلماسی اقتصادی تلاقی دو حوزه اقتصاد و سیاست خارجی است. دیپلماسی



اقتصادی به دنبال تبدیل کردن منابع قدرت موجود در حوزه اقتصاد به قدرت واقعی و در نتیجه، افزایش اقتدار یک ملت است. در عرصه دیپلماسی اقتصادی بازیگران نهادی بسیاری حضور دارند و همچنین گستردگی فعالیت‌ها از نظر جغرافیایی بر پیچیدگی فعالیت در این حوزه می‌افزاید. نیاز اساسی در این باره، مشخص شدن اصول و راهبردهای دیپلماسی اقتصادی است که براساس آن بتوان برنامه‌ریزی عملیاتی انجام داد و اهداف پیش‌بینی شده را محقق کرد. با وجود تأکیدات بسیار بر ضرورت هم‌افزایی میان حوزه اقتصاد و دیپلماسی در سالیان اخیر، تاکنون سند یا نقشه‌ای که این هم‌افزایی را تبیین و تدقیق کند، تهیه نشده است. از سوی دیگر، متغیر تحریم در سال‌های اخیر سبب شده است تا همگونی و همسویی تعاملات خارجی اقتصادی ایران با تعاملات سیاست خارجی‌اش بیش از پیش مطرح شود. در این باره در دو، سه سال اخیر، مقالاتی در زمینه دیپلماسی اقتصادی نوشته شده که رویکرد آنها در فضای ادبیات متعارف اقتصاد است و برای کشوری چون جمهوری اسلامی ایران چندان کارایی لازم را ندارد. با ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و منویات رهبر معظم انقلاب در این حوزه، باید توجه داشت که رویکرد حاکم بر دیپلماسی اقتصادی مبتنی بر: جهادی بودن، انعطاف‌پذیری، فرصت‌سازی، مولدیت، درون‌زایی، پیشرو بودن و برون‌گرایی، خوانش و تحلیل می‌شود. تنها پژوهش مرتبط با مقاله، مقاله‌ای با نام «راهبردهای تجارت بین‌الملل اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران» نوشته آقایان دکتر سیف و دکتر حافظیه است که با الگوی سوآت به ارائه راهبردهای حوزه تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران پرداخته‌اند. تفاوت مقاله حاضر با کار ایشان، توجه به ادبیات دیپلماسی اقتصادی و تحلیل مبتنی بر مدل‌های دیپلماسی اقتصادی در ادبیات متعارف اقتصادی با توجه به رویکردهای اقتصاد مقاومتی است.

تحقیق حاضر، اکتشافی است و بنابراین، روش تحقیق به کار گرفته شده در این مقاله، توصیفی - تحلیلی و با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای، تحلیل اسنادی است. بنابراین سعی شده است با ارائه یک تبیین اجمالی از اقتصاد مقاومتی، به تبیین نظری و عملی تحریم‌های اقتصادی پرداخته، آن‌گاه منظومه دانشی دیپلماسی اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته، در انتها دلالت‌های رویکرد برون‌گرایی جهت تحقق سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از منظر دیپلماسی اقتصادی مورد تحلیل قرار گیرد.



۱. اقتصاد مقاومتی

برای تبیین و فهم اقتصاد مقاومتی باید توجه داشت که اقتصاد مقاومتی قبل از علم، دین و نقل، یک مفهوم عقلی است. شاهد بر این مدعا این است که در همه تعاملات انسانی و اجتماعی درون و میان جوامع، اصل بر استحکام، مقاومت و قوام است و این یک اصل عقلی است که از منظر دینی نیز بسیار بر آن تأکید شده است (پیغامی، سمیعی نسب و سلیمانی، ۱۳۹۴: ۲۲-۲۰).

با نگاهی به تجربه سایر اقتصادهای دنیا، متوجه خواهیم شد که تمام آنها نیز همواره سعی در مقاوم‌سازی بافت‌ها و ساختارهای خویش داشته‌اند و این امر با تکامل دانش همواره در مسیر خود رو به پیشرفت بوده است؛ بدین معنا که جهت‌گیری تمام نظریه‌های اقتصادی، نیل به این هدف، یعنی قوام و مقاوم‌سازی است. با این مفهوم، استفاده از تجربیات سایر کشورها برای مقاوم‌سازی بافت‌های اقتصادی کشور لازم می‌نماید و چه‌بسا که در متن سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی نیز استفاده از فنون و ادبیات رایج اقتصادی به چشم می‌خورد. اقتصاد مقاومتی یک برنامه کوتاه‌مدت نیست، بلکه پروسه‌ای نظام‌ساز است و لذا صرفاً یک تاکتیک نبوده، مربوط به دوره تحریم نخواهد بود، بلکه اگر تمام همه‌ها هم پایان یابند او با لحاظ کردن شرایط مکانی- زمانی، باز هم تمام عناصری که در سند سیاست‌های کلان اقتصاد مقاومتی وجود دارد، جزو برنامه‌های کشور خواهد بود و باید به این سیاست‌ها به عنوان الگوی بدیل اقتصادی برای کشور توجه شود (پیغامی، سمیعی نسب و سلیمانی، ۱۳۹۴: ۲۲-۲۰).

مقام معظم رهبری در همین زمینه می‌فرماید: «... اولاً یک الگوی علمی متناسب با نیازهای کشور ماست، اما منحصر به کشور ما هم نیست؛ یعنی بسیاری از کشورها، امروز با توجه به این تکانه‌های اجتماعی و زیر و رو شدن‌های اقتصادی که در این بیست، سی سال گذشته اتفاق افتاده است، متناسب با شرایط خودشان به فکر چنین کاری افتاده‌اند. پس مطلب اول اینکه این حرکتی که ما داریم انجام می‌دهیم، دغدغه دیگر کشورها هم هست؛ مخصوص ما نیست» (۱۳۹۳/۱/۱).

در چارچوب این رهیافت، حوزه‌های سخت و نرم اقتصاد کشور تحت تأثیر قرار خواهد گرفت. این تغییرات (و گاهی تحولات) در ادبیات علمی با نام «نظام‌سازی» مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این معنا نظام‌سازی عبارت است از: اصلاح یا تقویت برخی بخش‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری اقتصاد که عرصه‌های مختلف اقتصاد کشور را تحت تأثیر قرار خواهد داد.



- سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی

تعریف بسته‌های سیاستی مسیری برای ایجاد یک نگاه جامع و همه‌جانبه است تا راه‌حل‌های پی‌بینی شده برای حل مشکلات، نه تنها مشکل جدیدی ایجاد نکند، بلکه حتی تقویت‌کننده سایر راه‌حل‌ها نیز باشد. همچنین این بسته‌های سیاستی اغلب دارای نگاه بلندمدت هستند و طوری طراحی شده‌اند تا در بلندمدت اهداف خاصی را پشتیبانی کنند. در مقدمه سیاست‌ها این چنین آمده است: «با هدف تأمین رشد پویا و بهبود شاخص‌های مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی با رویکردی جهادی، انعطاف‌پذیر، فرصت‌ساز، مولد، درون‌زا، پیشرو و برون‌گرا ابلاغ می‌شود» (متن سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲).

باید اذعان داشت این مقدمه اندک، در واقع با بیان رویکردهایش، روح کلی حاکم بر سیاست‌ها را دنبال می‌کند و به عبارت دیگر، تمام رویکردهای بیان‌شده، بر کل و بند بند سیاست‌ها حاکم خواهد بود. این مقدمه اندک در کنار برخی مؤلفه‌های محوری سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، رویکردهای حاکم بر هر راهبردی در حوزه تحقق اقتصاد مقاومتی است. شکل ذیل این منظومه را ارائه می‌دهد.



شکل ۱- رویکردهای راهبردی حاکم بر سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، رویکرد برون‌گرایی و گسترش ارتباطات جهانی و بین‌المللی باید بر سیاست‌های کلی حاکم باشد که با توجه الگوی مفهومی اقتصاد مقاومتی، تبیین مفهومی آن و نیز دلالت‌ها و الزامات آن، امری ضروری است. بدون تردید، دیپلماسی اقتصادی یکی از مهم‌ترین راهبردهای دولت‌ها برای پیشبرد



اهداف بلندمدت رشد و پیشرفت اقتصادی است. در وضعیت موسوم به جهانی شدن، کوشش دولت‌ها برای دستیابی به موقعیت بهتر در اقتصاد جهانی مستلزم بهره‌گیری مناسب از فن دیپلماسی برای افزایش فرصت‌ها در زمینه جذب سرمایه‌های خارجی، انتقال فناوری، صدور خدمات و گسترش تجارت خارجی است. به همین دلیل، در الگوی اقتصاد مقاومتی و راهبردهای مقابله با تحریم‌های اقتصادی، برون‌گرایی اقتصادی و دیپلماسی اقتصادی نقش کلیدی دارد.

۲. تحریم اقتصادی

الف) مفهوم تحریم

اصطلاح تحریم عبارت است از امتناعی نظام‌یافته از برقراری روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی یا نظامی یک دولت یا گروهی خاص از دولت‌ها برای تنبیه یا ایجاد رفتار مورد قبول. با وجود این، کاربرد آن بیشتر در روابط اقتصادی- بین‌المللی رایج است (حدادی، ۱۳۸۹: ۱۲۹-۱۲۸).

عده‌ای نیز مهم‌ترین کارکرد تحریم را «بازدارندگی» می‌دانند (ظریف و میرزایی، ۱۳۷۶). تحریم دستکاری روابط اقتصادی به منظور دستیابی به اهداف سیاسی است که به منظور ناگزیر کردن جامعه به تغییر سیاست یا حکومت خود، آن را تهدید به تنبیه اقتصادی می‌کند (زهرانی، ۱۳۷۶).

ب) تحریم اقتصادی

تحریم‌های اقتصادی، کاهش یا متوقف ساختن یا تهدید به توقف روابط اقتصادی، تجاری و مالی متعارف با کشور هدف از سوی دولت تحریم‌کننده است. در واقع، تحریم سلاحی اقتصادی در میدان مبارزه‌ای غیرنظامی است که دیپلماسی را از گفت‌وگو فراتر می‌برد و وارد عمل می‌شود (Eyler, ۲۰۰۷: ۴).

ج) متغیرهای اثرگذار در هزینه‌های تحریم

عوامل مختلف مؤثر بر نتایج تحریم عبارت‌اند از:

• عوامل سیاسی

- سیاست‌های همراه که توسط کشور یا ائتلاف وضع‌کننده تحریم وضع می‌شود،

مانند: مانور مخفی، فعالیت‌های شبه نظامی و فعالیت‌های نظامی منظم و آشکار؛

- مشارکت جهانی در تحریم؛
- عضویت در نهادها و سازمان‌های جهانی؛
- ارائه کمک‌های بین‌المللی به کشور تحریم‌شده به معنای وجود کمک؛
- وجود ارتباط بین دو کشور پیش از تحریم؛
- ساختار سیاسی کشور تحریم‌شده.

عوامل اقتصادی

- هزینه‌های تحمیلی بر کشور هدف براساس قیمت مطلق دلار امریکا و نیز نسبت به جی‌دی‌پی (GDP) و درآمد سرانه؛
- ارتباط تجاری بین دو کشور، اندازه‌گیری حجم تجاری و درصد روابط تجاری دو کشور به کل تجارت خارجی کشور تحریم‌شده؛
- اندازه نسبی اقتصاد دو کشور که نسبت GDP کشور وضع‌کننده به تحریم‌شده است؛
- سلامت اقتصادی و ثبات سیاسی کشور تحریم‌شده: کشور بی‌ثبات یا کشور قوی؛
- نوع تحریم وضع‌شده: تحریم صادرات، تحریم واردات یا تحریم مالی؛
- هزینه خالص تحریم برای کشور وضع‌کننده.

د) اثربخشی تحریم

در تحقیقی که در باره اثربخشی تحریم‌های اقتصادی صورت گرفت، این نتیجه اعلام شد که ۱۷۶ مورد تحریم اقتصادی از سال ۱۹۱۴ تا ۱۹۹۰ صورت گرفته که حدود ۶۶ درصد آن موفق نبوده و ۳۴ درصد بقیه هم فقط نسبتاً موفق بوده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که تحریم‌های اقتصادی در ذات خود موفقیت نداشته است. از سال ۱۹۷۳ تاکنون هم ۲۴ درصد تحریم‌های اقتصادی نسبتاً موفق ارزیابی شده است. تنها مواردی که در تاریخ تحریم‌های اقتصادی از آنها به عنوان نمونه‌های موفق نام برده می‌شود، تحریم‌هایی است که علیه آفریقای جنوبی یعنی رژیم نژادپرست آفریقای جنوبی و رژیم نژادپرست رودزیا (در کشور زیمبابوه) صورت گرفت. غیر از این دو مورد، در تاریخ تحریم‌های اقتصادی، مورد عراق در این اواخر مثال زده می‌شود. در واقع، تحریم هنگامی موفق بوده است که:

- هدف اعمال تحریم، نسبتاً کوچک و کم‌اهمیت باشد؛



- کشوری که هدف تحریم قرار می‌گیرد، دارای اقتصادی بسیار کوچک و ضعیف‌تر از کشور تحریم‌کننده بوده، از نظر سیاسی نیز بی‌ثبات باشد؛

- کشور تحریم‌کننده، و کشور هدف تحریم قبل از اعمال تحریم، به یکدیگر وابسته باشند (در مواردی که کشور تحریم‌کننده، دست‌کم ۲۸ درصد تجارت کشور هدف را در اختیار داشته، تحریم موفق بوده است؛

- تحریم به سرعت، با قاطعیت و حداکثر ظرفیت خود اعمال شود؛

- تحریم‌کننده از اعمال هزینه بالا برای خود امتناع کرده باشد

در واقع، تحریم هنگامی موفق است که اول، هزینه‌ای سنگین بر کشور تحت تحریم تحمیل کند؛ دوم، فشار اقتصادی را به فشار سیاسی مؤثر تبدیل کند و تغییرات مورد نظر را در رفتار یا ماهیت رژیم تحریم‌شده به وجود آورد؛ سوم، هزینه‌ای که بر اقتصاد کشور تحت تحریم تحمیل می‌کند به مراتب بیشتر از هزینه آن برای اقتصاد کشور تحریم‌کننده باشد و چهارم، در مقایسه با سایر ابزار و سیاست‌های ممکن از مطلوبیت بیشتری برخوردار باشد (ولی‌زاده، ۱۳۹۰: ۳۵۸).

۵) بررسی تحریم‌های اقتصادی علیه جمهوری اسلامی ایران

تحریم‌های اعمال‌شده علیه ایران توسط آمریکا (درون‌سرزمینی و برون‌سرزمینی)، شورای امنیت سازمان ملل متحد و اتحادیه اروپا را می‌توان به صورت‌های مختلفی دسته‌بندی کرد. در این مقاله به اثرگذارترین تحریم‌ها در حوزه دیپلماسی اقتصادی اشاره می‌شود:^۱

تحریم‌های تجاری

به طور کلی تجارت، مستقل از موضوع آن (گروه کالا یا خدمات مورد مبادله) دارای چهار مرحله است که عبارت‌ند از:

- مرحله اول: توافق مبادله و انعقاد قرارداد؛

- مرحله دوم: انتقال وجوه کالای موضوع مبادله؛

- مرحله سوم: حمل و نقل کالا؛

- مرحله چهارم: بهره‌برداری و خدمات پس از فروش.

با توجه به درگیری نهادهای مالی در مرحله پرداخت وجوه، این مرحله در بخش

۱. مطالب این بخش برگرفته از فصل دوم از بخش سوم اثر مؤلف با عنوان «جستارهایی در اقتصاد مقاومتی؛ تحریم‌های اقتصادی ایران: مبانی، ابعاد و راهکارها» است.

تحریم‌های مالی و سرمایه‌گذاری قرار می‌گیرد. همچنین تحریم‌های مرتبط با مرحله انتقال کالا، در بخش تحریم‌های حمل‌ونقل لحاظ خواهد شد. لذا در بررسی تحریم‌های تجاری، عمدتاً به مراحل «توافق مبادله و انعقاد قرارداد» و همچنین «بهره‌برداری و خدمات پس از فروش» پرداخته می‌شود.

به طور کلی در مورد نحوه برخورد کشورهای تحریم‌کننده با متخلفان از تحریم‌های تجاری می‌توان گفت کشورهای متخاصم در مرحله توافق مبادله از دو رویکرد نرم و سخت برای مقابله استفاده می‌کنند. در رویکرد نرم، با اعمال سیاست‌های تهدیدآمیز، مانند: بدنام کردن ایران در فضای بین‌المللی، تهدید شریک تجاری به تحریم و... ریسک تجاری با ایران را افزایش می‌دهند. همچنین با سیاست‌های تشویقی، مانند: اعطای وام و واگذاری پروژه به شرکت‌هایی که تجارتشان را با ایران قطع می‌کنند، آنها را از انجام دادن تجارت با ایران باز می‌دارند. در رویکرد سخت، شرکت‌هایی که با ایران تجارت داشته باشند مورد مجازات قرار می‌گیرند.

در تحریم‌های پیشرفته‌تر، در خصوص برخی کالاهای خاص، مانند تجهیزات پیشرفته هسته‌ای یا نظامی، محدودیت‌هایی در بهره‌برداری نیز قابل اعمال است؛ در این حالت، بر فرض دور زدن تحریم‌ها هم، آن کالا قابل استفاده نخواهد بود. برای نمونه، نصب GPS در مدار کنترلی بعضی از دستگاه‌های پیشرفته که علیرغم تحریم وارد شده‌اند، موجب شناسایی موقعیت جغرافیایی ایران و از کار باز ایستادن آنها شده است. همچنین برخی نرم‌افزارها با اتصال به اینترنت و شناسایی IP مربوط به ایران غیرفعال می‌شوند.

از منظر گروه کالایی، کالاهای تجهیزات صنایع نظامی و موشکی، کالاهای دارای کاربرد دوگانه، صنعت هسته‌ای و فناوری‌های حساس، صنعت نفت و گاز و پتروشیمی، فلزات گران‌بها و فلزات پر کاربرد، مواد اولیه و تجهیزات صنایع دریایی، تجهیزات و قطعات صنایع هوایی، تجهیزات مرتبط با بخش حمل و نقل، کالاها و خدمات بخش خودروسازی، تجارت مواد خام و نیم‌ساخته معدنی نظیر: سنگ آهن و سیمان (واردات از ایران) مشمول تحریم قرار گرفته‌اند. همچنین باید توجه داشت که گروه‌های کالایی بسیاری به‌طور مستقیم موضوع تحریم نبوده‌اند، اما به دلیل اعمال تحریم‌های مالی و حمل و نقل، تجارت آنها نیز با محدودیت‌هایی مواجه شده است.

در تجارت بین‌المللی، اگر فرایند مبادله به صورت تهاتری یا کالا به کالا انجام نشود، لازمه تجارت کالا یا خدمت، انتقال پول از جانب واردکننده به صادرکننده است و لذا اگر در فرایند انتقال پول اختلالی ایجاد شود، مبادلات بین‌المللی مختل می‌شود. به همین دلیل، تحریم‌های بانکی مکمل تحریم‌های تجاری است و قسمت قابل توجهی از تحریم‌هایی که توسط آمریکا و اروپا علیه ایران اتخاذ شده است، مربوط به حوزه مالی و بانکی است. محدودیت‌هایی که به واسطه تحریم‌های بانکی در نقل و انتقال پول برای ایران ایجاد شده است، عمدتاً شامل موارد زیر می‌شود:

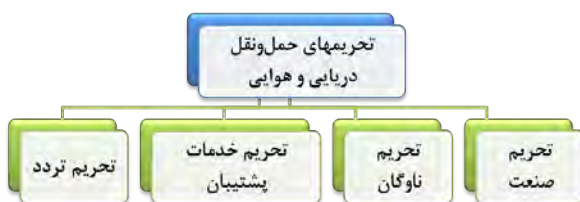
- مسدود کردن حساب‌های بانکی متعلق به اشخاص حقیقی و حقوقی خاص؛
- اعمال محدودیت برای بانک‌ها و مؤسسات مالی ایرانی در فرایند انتقال ارز (دلار و یورو)؛
- محدودیت در گشایش LC برای بانک‌های ایرانی و دشوار شدن ضمانت مبادلات؛
- تحریم انواع همکاری‌های بانکی (با هر واحد پولی) با بانک‌های ایرانی؛
- قطع دسترسی بانک‌های ایرانی به زیرساخت تبادل مالی و بانکی، مانند سوئیفت^۱ برای انتقال پول.

روند تکاملی تحریم‌های مالی و بانکی در دو بعد ذیل پیگیری شده است:



شکل ۲- روند تکاملی تحریم‌های مالی و پولی علیه ایران

تحریم‌های حوزه حمل و نقل



شکل ۳- نقشه کلان تحریم‌های حمل و نقل علیه ایران

روش حمل و نقل دریایی، با توجه به برخورداری ایران از بنادر متعدد در سواحل دریای خزر، دریای عمان و خلیج فارس، اهمیتی راهبردی برای کشور دارد. از یک سو، بیش از ۹۰ درصد تجارت ایران از طریق دریا انجام می‌شود. از سوی دیگر، ناوگان کشتی‌های تجاری و نفت‌کش ایران بزرگ‌ترین ناوگان در منطقه و چهارمین ناوگان بزرگ در دنیاست. برخورداری از این ناوگان مجهز امکان کسب درآمد برای ایران از طریق اجاره دادن کشتی و نفت‌کش را مهیا کرده است. همچنین بیش از ۹۰ درصد صادرات نفت و فراورده‌های نفتی ایران از طریق دریا صورت می‌گیرد. لذا کشورهای متخاصم که به خوبی این اهمیت را درک کرده‌اند، تلاش می‌کنند محدودیت‌هایی را در فرایندهای مختلف حمل و نقل دریایی برای ایران ایجاد کنند.

حمل و نقل هوایی در ایران عمدتاً به منظور جابه‌جایی مسافر استفاده می‌شود و به همین دلیل، مشمول حجم کمتری از تحریم‌ها قرار گرفته است.

مهم‌ترین نتایجی که از بررسی تحریم‌های ایرانی به دست می‌آید، به شرح زیر است:

۱. در بسیاری از موارد، تمام مراحل متصور برای تحریم ایران توسط اروپا یا آمریکا یا هر دو طی شده است، لذا گام‌های بعدی در این بخش‌ها به افزایش نظارت بر اجرای تحریم‌های وضع‌شده و همچنین افزایش جریمه‌های تخلف از این تحریم‌ها محدود خواهد بود.

۲. در حال حاضر، تحریم‌های اتحادیه اروپا درون‌سرزمینی بوده، حوزه شمول آنها محدود به کشورهای اروپایی است، اما تحریم‌های آمریکا برون‌سرزمینی بوده، شامل تمام کشورها و شرکت‌هایی می‌شود که با ایران تعامل تجاری، صنعتی، مالی و ... داشته باشند. یکی از روندهای قابل پیش‌بینی برای تحریم‌های آتی، برون‌سرزمینی شدن تحریم‌های اتحادیه اروپاست که فشار بر ایران را به طور افزایش چشمگیری خواهد داد.
۳. روند تحریم‌های مالی آمریکا و اتحادیه اروپا به این صورت بوده است که از یک سو،

نهادهای مالی مشمول تحریم توسعه داده شده‌اند (شعب خارجی برخی بانک‌ها، تمام بانک‌ها و بانک مرکزی) و از سوی دیگر، محدودیت‌های وضع شده برای نهادهای مذکور تشدید شده‌اند (تشدید نظارت بر نهاد، محدودیت در حجم و نوع تراکنش‌ها و تحریم تمام تراکنش‌ها با نهاد مذکور). همچنین تحریم‌های بانکی در ابتدا شامل تراکنش‌های دلاری و یورویی بود، ولی به تدریج، تمام تراکنش‌ها (مستقل از ارز مورد استفاده) را شامل شد. آخرین تحریم مالی (تحریم استفاده از ریال در معاملات بین‌المللی) نیز به منظور پیشگیری از تسویه [حساب] تجارت خارجی ایران با پول‌های ملی طرفین تجاری وضع شده است.

۴. در حوزه تجاری - صنعتی، امکان افزایش تحریم‌ها و محدود شدن تجارت در صنایع دیگر وجود دارد؛ به خصوص صنایعی که نقش مهمی در تأمین بودجه دولت دارند یا بخش مهمی از صادرات ایران را به خود اختصاص می‌دهند. تحریم تجارت محصولات معدنی (نظیر: سنگ آهن، سیمان و...) در این زمینه محتمل است.

۳. آسیب‌پذیری اقتصاد بین‌الملل ایران

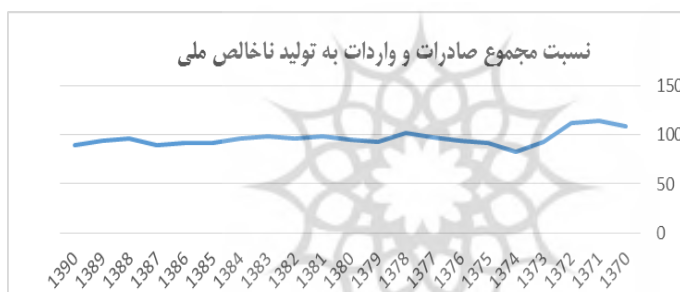
مطالعات انجام‌شده بر روی شاخص آسیب‌پذیری اقتصاد^۱ عمدتاً ناشی از این فرض است که برخی از ویژگی‌های ذاتی و ساختاری اقتصاد باعث می‌شوند که اقتصادها در معرض شوک‌های ناخواسته قرار بگیرند. این ویژگی‌ها شامل: درجه باز بودن اقتصاد، وابستگی به واردات کالاهای راهبردی و سرمایه‌ای، وابستگی به صادرات یک کالای خاص و یا مقصد صادراتی و دولتی بودن اقتصاد هستند.

الف) درجه باز بودن اقتصاد

این شاخص به معنای بالا بودن جمع صادرات و واردات به کل تولید ناخالص داخلی است. این نسبت به طور متعارف در اقتصادهای موسوم به پیشرفته بین ۳۰ تا ۶۰ درصد است، اما در کشورهای شرق آسیا و در آستانه بحران ۱۹۹۷، بیش از ۱۰۰ درصد و گاه به ۲۰۰ درصد رسیده بود. در این شرایط یک اختلال خارجی در صادرات یا واردات یا ورود و خروج سرمایه، امواج بزرگی در اقتصاد ایجاد خواهد کرد و به علت سهم بالای تجارت خارجی در اقتصاد، توقف در تجارت کالایی یا مالی موجب سخته در کل اقتصاد خواهد شد. این اتفاقی بود که در بحران ۱۹۹۷ ابتدا در بازارهای مالی

شرق آسیا (که وابسته به سرمایه‌های خارجی و سرمایه‌گذاران خارجی بود) و سپس در سایر بخش‌ها رخ داد (Briguglio & et al, 2006).

درجه بالای باز بودن اقتصاد، کشور را به سوی شرایطی سوق خواهد داد که قابل کنترل در برابر تکانه‌های خارجی نخواهد بود. درجه باز بودن اقتصاد تا حد بسیار زیادی از ویژگی‌های ذاتی اقتصاد است که از توانایی اقتصاد برای تولید طیف وسیعی از کالا و خدمات به منظور تأمین تقاضای کل ناشی می‌شود. اگر میزان تولیدات یک کشور محدود باشد و طیف محدودی از کالاها را تولید کند، آن‌گاه برای تأمین سایر نیازهای خود باید به واردات کالا و خدمات یا واردات سرمایه روی بیاورد. همان‌گونه که در شکل ۴ ملاحظه می‌شود، وضعیت این شاخص برای کشور در وضعیت مرزی قرار دارد؛ به گونه‌ای که باید سیاست‌گذاری تجاری دقیقی در این حوزه صورت پذیرد.



شکل ۴- نسبت مجموع صادرات و واردات به تولید ناخالص ملی براساس آمار گمرک جمهوری اسلامی

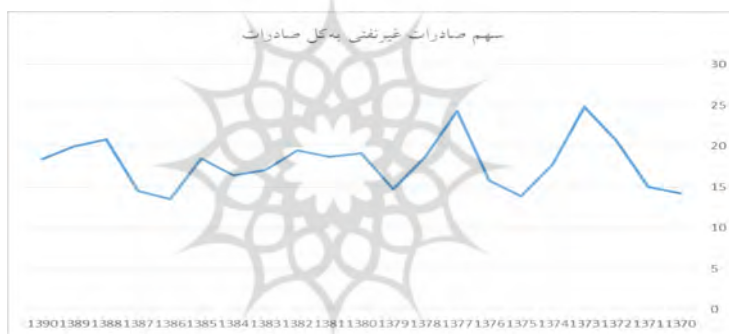
ب) وابستگی به صادرات یک کالای خاص و مقصد صادراتی یکی از پرداختن به موضوع اقتصاد مقاومتی در کشور، مسئله وابستگی صادراتی است؛ وابستگی نیمی از صادرات کشور به یک محصول خاص که موجب خواهد شد در صورت ایجاد اختلال در صادرات آن محصول، هم بخش وسیعی از تولید و اشتغال داخل و هم سهم قابل توجهی از درآمدهای ارزی کشور دچار نقصان شود و کشور را در معرض خطر قرار دهد که این خطر به دلیل وابستگی کشور است. در واقع، محدود بودن کالاهای صادراتی و یا مقصد صادرات باعث افزایش ریسک تجارت بین‌المللی می‌شود.

در ایران عمده صادرات کشور را نفت و مشتقات آن تشکیل می‌دهد؛ به نحوی که سهم صادرات غیرنفتی چیزی بین ۲۵ تا ۳۰ درصد است (شکل ۵). این موضوع اقتصاد را در معرض آسیب قرار خواهد داد؛ یکی، وابستگی درآمدی و ارزی کشور به یک



کالای خاص و دیگری، ضعف در تولید و عدم رقابت‌پذیر بودن صنایع تولیدی داخلی برای رقابت با خارج و افزایش صادرات غیرنفتی در کشور. در واقع، افزایش صادرات به تنهایی نمی‌تواند از آسیب‌پذیری کشور جلوگیری کند، بلکه در کنار افزایش صادرات، تنوع‌بخشی به صادرات و تنوع به مقاصد صادراتی نیز از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

علاوه بر تنوع‌بخشی به محصولات صادراتی، تنوع در مقاصد صادراتی و تنوع مشتری‌ها برای کاهش آسیب‌پذیری امری لازم و ضروری است. یکی از عوامل آسیب‌زا در تحریم‌ها، نداشتن تنوع و گستره مشتری‌ها و خریداران برای کالاهای ایرانی بوده است. بعد از انقلاب، سهم پنج شریک اول صادراتی ایران از صادرات ایران چیزی حدود ۵۰ درصد بوده است. هم‌اکنون ایران بیشترین صادرات را به عراق و در مقام دوم به چین دارد (وزارت اقتصاد و امور دارایی، ۱۳۹۳).



شکل ۵- سهم صادرات غیر نفتی به کل صادرات براساس آمار گمرک جمهوری اسلامی

ج) وابستگی به واردات کالاهای راهبردی و کالاهای سرمایه‌ای

یکی دیگر از نقاط آسیب‌پذیر در کشور وابسته بودن اقتصاد به واردات کالاهای راهبردی و کالاهای سرمایه‌ای است. این وابستگی اقتصاد را در معرض شوک‌های ناشی از تحریم صادرات این دسته از کالاها به داخل کشور قرار می‌دهد. در اینجا شوک به صورت افزایش هزینه‌های تولید و کاهش تولید ناخالص ملی صورت می‌گیرد. همچنین اگر این وابستگی از طریق چند کشور محدود برطرف شود، خطر بروز شوک چندین برابر می‌شود.

آسیب‌پذیری اقتصاد ایران از واردات را می‌توان در دو دسته تقسیم‌بندی کرد: یکی، وابستگی به کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای و مواد اولیه بنگاه‌های تولیدی کشور (بخش تولیدی) و دیگری، وابستگی به مبادی محدود واردات کالا. طبق گزارش وزارت اقتصاد

از اقتصاد ایران، میزان ۵۵ درصد از واردات کالا در سال ۱۳۹۰، کالای واسطه‌ای و ۱۵ درصد کالاهای سرمایه‌ای در کشور بوده است (وزارت اقتصاد و امور دارایی، ۱۳۹۳). لذا در صورت تغییرات ناگهانی قیمت ارز، بحران‌های جهانی و تحریم‌های جهانی، تولید ملی تحت تأثیر و در معرض خطر قرار می‌گیرد. برای ارزیابی میزان وابستگی به مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای می‌توان از نسبت مجموع کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای به کل واردات استفاده کرد. مشخص است که هرچه میزان این شاخص کمتر باشد، میزان وابستگی کمتر خواهد بود.



شکل ۶- واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای به کل واردات براساس آمار گمرک جمهوری اسلامی

یکی دیگر از آسیب‌پذیری‌های تجارت خارجی، وابستگی واردات به مبادی محدود است. جدای از میزان واردات و درصد کالاهای واسطه، خود وابسته بودن واردات به مبادی محدود نیز کشور را در معرض ریسک قرار خواهد داد. بیشترین واردات ایران از کشورهای امارات، چین و هند به ترتیب با ۲۸،۲۴ و ۱۱ بوده است. هر قدر کالاهای وارداتی راهبردی‌تر و ضروری‌تر برای کشور باشد، وابستگی آن به یک مبدأ واردات، آسیب‌پذیری اقتصاد را بیشتر خواهد کرد (وزارت اقتصاد و امور دارایی، ۱۳۹۳).

۴. دیپلماسی اقتصادی

الف) مفهوم دیپلماسی اقتصادی

دیپلماسی اقتصادی یک موضوع میان‌رشته‌ای با زمینه‌های اقتصاد بین‌المللی، اقتصاد سیاسی- بین‌المللی و ادبیات روابط بین‌الملل است. افزایش توجه به دیپلماسی اقتصادی با هدف نفوذ بر فعالیت‌های اقتصادی برون‌مرزی است که توسط دولت‌ها و بازیگران غیردولتی دنبال و پیگیری می‌شود. دیپلماسی اقتصادی از روابط و نفوذ به منظور تحریک کردن تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌الملل، پوشش دادن محدوده وسیعی از نمایندگان بین‌المللی (از قبیل سفارت‌خانه‌ها، کنسول‌گری‌ها و سایر امکانات و



تسهیلات حمایت‌کننده 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 (Selwyn, 2013).

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 سهمی در بازارهای صادراتی برای تولید داخلی تأکید دارد. از این منظر، اهداف دیپلماسی اقتصادی را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

- دسترسی به بازارهای جهانی تولید تجارت و کسب سهمی از آنها؛
- جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم و غیرمستقیم خارجی؛
- محافظت از اقتصاد ملی در مقابل چالش‌های اقتصاد جهانی (دانش‌نیا، ۱۳۹۱)
- مؤلفه‌های زیر در شکل‌گیری یک دیپلماسی 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 (معاونت سیاست خارجی و روابط بین‌الملل، ۱۳۸۲: ۱۲۴-۱۲۵).
- مفهوم دیپلماسی 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 (باین و وولکاک، ۱۳۸۸: ۱۷).

براساس رویکردهای نسبت به دیپلماسی اقتصادی، دیپلماسی نمی‌تواند به فعالیتهای سیاسی و اقتصادی به صورت مجزا تقسیم شود. در عمل، بیشتر کشورها جدایی بین بخش‌های سیاسی و اقتصادی را ناکارآمد می‌دانند.

ب) بازیگران دیپلماسی اقتصادی

دیپلماسی به عنوان مهم‌ترین رکن سیاست خارجی ابزاری است که تلاش می‌کند اهداف دولت‌ها را پیش ببرد و در این زمینه، متناسب با توانایی‌ها و اهداف سیاست خارجی، ابعاد متفاوتی به خود می‌گیرد (Brighi and Hill, 2008,131) در ارتباط با موضوعات فراروی دیپلماسی، موضوعات اقتصادی در کنار موضوعات سیاسی و امنیتی از اهمیت برخوردار شده و تعاملات اقتصادی برای رفاه و پیشرفت اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است. (Barston, 1998:158) لذا شناخت نقش‌ها و بازیگران جدید عرصه دیپلماسی در فضای جریان‌ها ضروری است و این بازیگران عناصر اصلی دیپلماسی اقتصادی به‌شمار می‌روند.

«دیپلماسی شرکتی، دیپلماسی تجاری، دیپلماسی سازمان‌های غیردولتی ملی و فراملی» انواع کارکردهای نهادهای غیردولتی در عرصه دیپلماسی اقتصادی هستند و بالطبع دیپلمات‌های شرکتی، دیپلمات‌های تجاری، دیپلمات‌های سازمان‌های غیردولتی ملی و فراملی بازیگران این نهادهای غیردولتی به‌شمار می‌روند. دیپلماسی اقتصادی و بازرگانی نیز کارکردهای نهادهای دولتی هستند که بالطبع دیپلمات‌های اقتصادی و دیپلمات‌های بازرگانی بازیگران این نهادهای دولتی محسوب می‌شوند. حال به اختصار به تعریف هر یک از بازیگران فوق می‌پردازیم (موسوی شفایی، ۱۳۸۶: ۵۷ - ۵۲). دیپلماسی اقتصادی متناسب با نقش و کارکرد آن، به دو دسته دیپلماسی دولتی و دیپلماسی غیردولتی تقسیم می‌شود (Saner and Yiu, 2002).

بازیگران	کارکردها (انواع دیپلماسی)	
دیپلمات اقتصادی	دیپلماسی اقتصادی	نقش‌های دولتی
دیپلمات بازرگانی	دیپلماسی بازرگانی	
دیپلمات شرکتی	دیپلماسی شرکتی	نقش‌های غیر دولتی
دیپلمات تجاری (کسب و کار)	دیپلماسی تجاری (کسب و کار)	
دیپلمات سازمان‌های غیردولتی ملی	دیپلماسی سازمان‌های غیردولتی ملی	
دیپلمات سازمان‌های غیردولتی فراملی	دیپلماسی سازمان‌های غیردولتی فراملی	

جدول ۱- نقش‌های دیپلماسی (اقتصادی) در عصر جهانی شدن



دیپلماسی اقتصادی دولتی، خود به دو بخش تقسیم می‌شود:

۱. دیپلماسی اقتصادی: این نوع دیپلماسی به مسایل سیاست اقتصادی مربوط است. برای مثال، می‌توان به تلاش دیپلمات‌های اقتصادی برای اعمال نفوذ 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 (موسوی شفایی، ۱۳۸۶: ۵۴).

دیپلماسی اقتصادی متشکل از سه عنصر زیر است:

- استفاده از «نفوذ سیاسی» برای ترویج یا نفوذ در تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی، به منظور بهبود عملکرد بازارها یا مخاطب قرار دادن ورشکستگان بازار و نیز کاهش هزینه‌ها و خطرات ناشی از معاملات مرزی (از جمله حقوق مالکیت معنوی). به طور معمول، این قسمت از دیپلماسی اقتصادی شامل سیاست‌های تجاری و همچنین بسیاری از فعالیت‌های سازمان‌های غیرحکومتی.

- استفاده از دارایی‌های اقتصادی و روابط [متقابل]، به منظور افزایش هزینه‌های جنگ و تقویت کردن منافع متقابل همکاری و روابط با ثبات سیاسی (برای مثال، افزایش امنیت اقتصادی). این قسمت از دیپلماسی اقتصادی، شامل هر دو سیاست ساختاری و موافقت‌نامه‌های سرمایه‌گذاری و تجاری دوجانبه با هدف به دست آوردن الگوهای تجاری جغرافیایی خاص می‌شود.

- راه‌های تحکیم و اتحاد فضای سیاسی و محیط اقتصاد سیاسی به منظور تسهیل و برقرار کردن این اهداف. این قسمت از دیپلماسی اقتصادی مذاکرات چندجانبه را پوشش می‌دهد و قلمرو و دامنه آن شامل: سازمان‌ها و نهادهای فراملی همچون سازمان تجارت جهانی، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، اتحادیه اروپا و ... می‌شود (Bergeijk and Moons, 2009,4-5).

۲. دیپلماسی بازرگانی: دیپلماسی بازرگانی مربوط به کار هیأت‌های دیپلماتیک برای حمایت از بخش‌های تجاری و مالی کشور در تعقیب موقعیت‌های اقتصادی و اهداف کلی کشور برای توسعه ملی 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. (Kostecki and Naray, 2007).

دیپلماسی اقتصادی غیردولتی نیز به چهار بخش تقسیم می‌شود: شرکتی، تجاری، سازمان‌های غیر دولتی ملی و فراملی. دیپلمات‌های تجاری و شرکتی تلاش می‌کنند در تصمیم‌گیران اقتصادی و سیاسی کشورهای دیگر و نیز سازمان‌های غیردولتی فراملی و سایر گروه‌ها نفوذ کنند. شرکت‌های چندملیتی جهانی باید بتوانند سهام‌داران داخلی و سهام‌داران غیرتجاری خارجی را راضی نگه دارند.

۱. دیپلماسی شرکتی: 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 شرکت فراملی و شعب خارجی‌اش است (Saner and Yiu, 2002).

۲. 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. دیپلمات‌های تجاری معمولاً سفیر یا مدیران سابق هستند و به عنوان واسط بین شرکت‌های فراملی با واحدها و فعالان غیرتجاری - غیراقتصادی خارجی، نظیر اتحادیه‌های کارگری، سازمان‌های غیردولتی و ... عمل می‌کنند (موسوی شفاپی، ۱۳۸۶: ۵۶).

۳. دیپلماسی سازمان‌های غیردولتی ملی

۴. دیپلماسی سازمان‌های غیردولتی فراملی: سازمان‌های غیردولتی بر موضوعاتی چون سیاست اقتصادی، توسعه اقتصاد بین‌الملل و عملکرد تجارت جهانی متمرکز هستند. دو نوع دیپلماسی سازمان‌های غیردولتی در سطح ملی و بین‌المللی [فراملی] را در ادامه بررسی خواهیم کرد (دهقانی فیروزآبادی و صالحی، ۱۳۹۱: ۸۱-۸۰).

ج) ارتباط دیپلماسی اقتصادی و دیپلماسی تجاری

دیپلماسی اقتصادی مجموعه‌ای از شیوه‌ها و اعمالی است که هدف آن پیشبرد منافع اقتصادی خارجی کشور است. در اینجا این سؤال مطرح می‌شود: که آیا دیپلماسی اقتصادی^۱ از دیپلماسی تجاری^۲ متفاوت است؟ نظرات در جواب به این سؤال متفاوت است. برخی دیپلماسی تجاری را زیرمجموعه‌ای از یک مجموعه وسیع‌تر به نام دیپلماسی اقتصادی می‌دانند. مثال، به طور معمول دیپلماسی تجاری مدیریت مساعدت‌ها و

1 Economic Diplomacy

2 Commercial Diplomacy



کمک‌های اقتصادی را شامل نمی‌شود، در حالی که این موارد همان‌طور که در شکل ۷ هم مشخص است، به وضوح در چارچوب دیپلماسی اقتصادی قرار می‌گیرد. همچنین درخواست مدیریت روابط با بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول یا کمیسیون‌های منطقه‌ای سازمان ملل هم‌چون کمیسیون اقتصادی آسیا - اقیانوسیه‌ای [اسکاپ] مربوط به دیپلماسی اقتصادی یک کشور است. شکل ۷ مشخصه‌ها و تمایزهای دیپلماسی تجاری و دیپلماسی اقتصادی را نشان می‌دهد.

شرکت‌های تجاری، نهادهای صنعتی، مشاوران، کاربران و تمام کسانی که به طور مستقیم با فعالیت‌های اقتصادی خارجی درگیر هستند، مشتریان و مخاطبان اصلی دیپلماسی اقتصادی هستند. به این طریق وزارت‌خانه‌ها و شرکت‌های تابعه آنها، سفارت‌خانه‌ها، کنسول‌گری‌ها و همچنین اتاق‌های بازرگانی، نهادهای صنعت، نهادهای توسعه صادرات و آژانس‌های تحقیقاتی مرتبط با این کار، همگی ارائه‌دهندگان به این مصرف‌کنندگان جهانی واقعی به شمار می‌روند. وظیفه آنها فراهم کردن اطلاعات و تسهیل این مشتریان در تعاملات خارجی‌شان است. زمانی که سازمان‌های دولتی چارچوب سیاست را با تنظیم قوانین و مقررات حاکم و با مذاکره و موافقت‌نامه‌های دوجانبه، منطقه‌ای یا جهانی تنظیم می‌کنند، در واقع، آنها در نقش اصلی خود از جمله ارائه‌دهندگان خدمات محسوب می‌شوند. آنها همچنین بازیگرانی‌اند که به طور واقعی تجارت کالا و خدمات را تولید و ایجاد می‌کنند و فعالیت‌های سرمایه‌گذاری در داخل و خارج و نیز مشارکت در فناوری را به اجرا در می‌آورند (Rana and Chatterjee, ۲۰۱۰: ۱-۳).

مدیریت مؤثر روابط اقتصادی مستلزم مشارکت طرف‌های اصلی ذی‌نفع، از جمله وزارت امور خارجه و سایر وزارت‌خانه‌های مرتبط با سیاست‌های اقتصادی شرکت‌ها و سازمان‌های غیردولتی است. دولت‌هایی که سیاست خارجی توسعه‌گرا را دنبال می‌کنند، به این امر اعتقاد راسخ دارند که در اقتصاد جهانی، عناصر و منابعی وجود دارد که می‌توان از آنها برای توسعه اقتصاد داخلی بهره‌برداری کرد. از این رو، سیاست خارجی این دسته از کشورها عموماً ماهیت اقتصادی دارد و در چارچوب دیپلماسی اقتصادی تعریف می‌شود (محسن‌زادگان و حسینی کرانی، ۱۳۹۰: ۱۴۷-۱۴۶)



شکل ۷- تعامل کارکردها و بازیگران دیپلماسی اقتصادی و تجاری

د) بررسی و تحلیل ظرفیت‌های دیپلماسی اقتصادی ایران

ایران به عنوان یک قدرت بالقوه اقتصادی در جهان شناخته می‌شود. این کشور به دلیل قرار گرفتن در رده اصلی‌ترین تولیدکنندگان سوخت فسیلی و همچنین برخوردار بودن از یک موقعیت ژئواکونومیک و داشتن منابع غنی معدنی مزیت‌های اقتصادی ویژه‌ای دارد: ایران حدود ۱۰ درصد ذخایر نفت جهان و ۱۷ درصد ذخایر گاز جهان را در اختیار دارد و در حقیقت، دومین کشور دارای ذخایر نفت و گاز در جهان به شمار می‌رود. همچنین ایران، دریای خزر و خلیج فارس را که دو منبع انرژی به شمار می‌روند، به هم متصل می‌کند. ایران توانایی صادرات گاز به بزرگ‌ترین بازارهای مصرف 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.

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 شبه‌قاره 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 متصل‌کننده نهادها و سازمان‌های اقتصادی هم‌چون: شورای همکاری خلیج فارس، آسه آن، سارک و اتحادیه اروپا باشد (طباطبایی، ۱۳۸۸).

با شتاب گرفتن هرچه بیشتر اقتصاد جهانی، کارکردی کردن دیپلماسی در عرصه اقتصاد، یعنی به کارگیری توانایی بالقوه و بالفعل دیپلماسی برای تحقق اهداف اقتصادی کشورها بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته و ابزارهای لازم را برای ایجاد محیطی مناسب به منظور رشد و توسعه اقتصادی از یک‌سو، و پیشبرد اهداف و منافع ملی از سوی دیگر، فراهم کرده است (Saner & Yia, 2002, 22).

دولت‌ها بازیگران اصلی در عرصه جهانی هستند، ولی انحصار بازیگری را از دست داده‌اند. در عرصه بین‌المللی مزیت مهم و شکلی کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه‌یافته در تعداد کثیر داشتن آنهاست که اگر بتواند با توجه به فضای جهانی جدید و امکانات دوره گذار در حوزه‌های گفتمانی و قاعده‌سازی در نهادهای بین‌المللی از این ظرفیت‌ها استفاده کنند، گام عمده‌ای در [راه موفقیت] دیپلماسی اقتصادی آنها خواهد بود. نقش سازمان‌های بین‌المللی دولتی، مثل: سازمان ملل متحد و کارگزاری‌های تخصصی آن، سازمان جهانی تجارت و نهادهای منطقه‌ای نیز حایز اهمیت است. البته نقش قدرت‌های بزرگ را در هدایت و تأثیرگذاری بیشتر بر کارکرد این سازمان‌ها نباید نادیده گرفت (نوروزی، ۱۳۸۷: ۴۳-۴۲).

در این زمان شاهد هستیم که در سطح روابط دوجانبه اقتصادی با امضای موافقت‌نامه‌های تجارت و همچنین نهایی‌شدن موافقت‌نامه تجارت تعرفه‌ای بین اعضای اکو و مذاکره درباره موافقت‌نامه ترجیحی میان کشورهای اسلامی و کشورهای دی-۸، دیپلماسی اقتصادی به شکلی فعال‌تر نقش ایفا می‌کند.

بنابراین، ایران باید برای تسریع در رشد اقتصادی و بهره‌مندی از امکانات مالی، فکری و اجرایی با کشورهای همسوی دارای توان مناسب اقتصادی، موافقت‌نامه‌های تجاری دوجانبه امضا 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.

داشتن ارتباط هدفمند و فعال مناسب با سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی اقتصادی، از جمله سازمان تجارت جهانی، آنکتاد، صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی و...



از شرایط یک دیپلماسی اقتصادی موفق است. بهرغم تلاش‌های امریکا برای منزوی ساختن ایران، جمهوری اسلامی ایران در حال حاضر، ریاست جنبش عدم تعهد را بر عهده دارد که تقریباً دوسوم کشورهای جهان را شامل می‌شود. همچنین با کشورهای امریکای لاتین، آفریقایی و جنوب شرقی آسیا ارتباطات خوبی دارد. در حال حاضر، ارتباط ایران با نهادهایی همچون صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی دچار اختلالاتی است و ایران می‌تواند با افزایش ارتباط منظم و به کار گماشتن نخبگان فکری و اجرایی در سطوح مدیریتی آنها، زمینه تعامل‌های اقتصادی با آنها را فراهم سازد.

شناخت عمیق بازارهای هدف و سازوکارهای آنها به افزایش صادرات یک کشور و حضور مؤثر آن در بازارهای خارجی و فتح آنها کمک می‌کند. نقش دیپلماسی اقتصادی کمک به شناخت این بازارهاست. آگاهی از نیازهای واقعی و توانایی‌های داخلی و همچنین شناخت مزیت نسبی کشور در شکل‌گیری تجارت خارجی بسیار مهم است. متأسفانه در ایران شرایط سیاسی و تحولات جاری در انتخاب بازار هدف مؤثر است و این بازارها مشخص نیست و رایزنان بازرگانی کشور به صورت بهینه عمل نمی‌کنند. برای مثال، زمانی که کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز مستقل شدند، اقتصاد کشور بدون برنامه به طرف بازار آنها گرایش نشان داد. زمانی دیگر کشورهای آسیای جنوب شرقی و سپس کشورهای آفریقایی به عنوان بازارهای ایران معرفی شدند. متأسفانه به نظر می‌رسد هنوز بازارهای هدف ایران در تجارت جهانی مشخص نیست. ایران در سال‌های اخیر دستاوردهای بسیاری در حوزه علم و فناوری داشته است. این فناوری‌ها در حوزه نانو فناوری‌ها، بیوفناوری، ساخت داروهای نو ترکیب و انرژی هسته‌ای نو پتانسیلی برای تقویت دیپلماسی اقتصادی کشور می‌تواند باشد. 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 ایجادشده بر سر راه تحریم در این حوزه، به تقویت استفاده از علم و فناوری در دیپلماسی اقتصادی منجر خواهد شد.

دیپلماسی اقتصادی پویا باید تمام فرصت‌های اقتصادی در داخل و خارج از کشور را شناسایی کند و از تمام آنها در راستای افزایش منافع ملی و توسعه اقتصادی کشور استفاده بهره ببرد.



ه) راهکارهای دیپلماسی اقتصادی

در ارائه راهکار برای دیپلماسی اقتصادی در ابتدا باید بررسی کرد که یک کشور چه اصول و اهدافی دارد، سپس با توجه به تحقق اهداف و منافع ملی آن، برای یک دیپلماسی اقتصادی پویا برنامه‌ریزی کرد. برای داشتن یک دیپلماسی اقتصادی موفق لازم است زمینه لازم برای یک اقتصاد مقاوم آماده شود. اقتصاد مقاوم در برابر شوک‌های اقتصادی کمترین تأثیر را می‌پذیرد و توانایی بازسازی و ترمیم خود را بعد از وارد شدن شوک‌های اقتصادی دارد.

همان‌گونه که اشاره شد، دیپلماسی اقتصادی تلاقی دو حوزه اقتصاد و سیاست است، لذا باید برای کارایی بیشتر هر دو حوزه بین آنها هماهنگی و سیاست هم‌افزایی وجود داشته باشد. امریکا با هدف وارد آوردن فشار بر ایران و افزایش مشکلات معیشتی مردم، اقدام به اعمال تحریم‌ها علیه ایران کرده است. به دلیل نفوذ امریکا در سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی اقتصادی همچون صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی، هزینه اعمال این تحریم‌ها برای ایران ارزان نخواهد بود. همچنین با توجه به حجم تجارت بالای امریکا و نفوذش بر جریان‌های مالی بین‌المللی، این کشور از ظرفیت بالایی نیز در ایجاد هزینه برای همکاران اقتصادی ایران برخوردار است. لذا در این وضعیت، وجود یک دیپلماسی اقتصادی پویا و افزایش تعاملات ایران می‌تواند در مقابله با آثار مخرب تحریم به آن کمک کند.

ایران می‌تواند فشار ناشی از تحریم را با استفاده از دیپلماسی اقتصادی تعدیل کند. توجه به بسترهای مشترک تاریخی و زبانی عامل مهمی در افزایش تعامل ایران با کشورهای همسایه، منطقه و اسلامی است. کشورهای منطقه آسیای مرکزی و خاورمیانه، اشتراکات زبانی بسیاری دارند لذا این منطقه، ماهیتی فراسرزمینی دارد و دارای پتانسیل فراوان برای ایجاد پیوند بین کشورهاست.

ایران با استفاده از بستر سازمان‌ها و نهادهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای می‌تواند تعامل خود را با سایر کشورها ارتقا دهد. برای مثال، کمیته دائمی همکاری‌های اقتصادی سازمان کنفرانس اسلامی می‌تواند محملی مناسب برای گسترش همکاری میان کشورهای اسلامی در عرصه اقتصادی باشد.

یکی دیگر از راهکارهای مناسب دیپلماسی اقتصادی برای مقابله با تحریم‌های اقتصادی، استفاده از مدل‌های تجاری است که به ساز و کارهای بین‌المللی وابستگی نداشته باشد. استفاده از پیمان‌های دوجانبه تجاری و ارزی با کشور هدف از روش‌های



سودمند گسترش همکاری‌های اقتصادی است. از مزایای این روش می‌توان به امکان تعیین شرایط خاص تجاری و دسترسی سریع به توافق نسبت به پیمان‌های چندجانبه و دسترسی سریع به بازارهای جدید و تضمین‌شده اشاره کرد.

توسعه پیمان‌های پولی برای استفاده از پول‌های محلی در تجارت بین کشورها و کنار گذاشتن دلار از روند معاملات خارجی کشور، سیستم تبادلات خارجی کشور را در برابر تحریم‌های گسترده غرب مقاوم می‌سازد. عدم استفاده از دلار در معاملات تجاری دوجانبه، ضربه‌ای بر پیکره سلطه اقتصادی امریکا وارد می‌کند. این پیمان‌ها بین کشورها، از جمله چین و سایر اقتصادهای نوظهور توسعه پیدا کرده است.

سرمایه‌گذاری بر روی علوم و فناوری‌های نوین و مؤسسات دانش‌بنیان یکی دیگر از راه‌هایی است که برای مقابله با تحریم‌ها می‌توان از آن استفاده کرد. در حقیقت، نیازشناسی به موقع و تجاری‌سازی فناوری‌ها، پتانسیلی برای تقویت دیپلماسی اقتصادی و کاهش وابستگی‌های یک کشور - که ممکن است در تحریم آن را فلج کند - ایجاد می‌کند. همچنین سرمایه‌گذاری در حوزه‌هایی با فناوری بالا و علوم جدید، فناوری نانو، دانش هسته‌ای و... علاوه بر کاهش وابستگی‌های کشور، می‌تواند نوعی بازدارندگی نیز برای کشور مجهز به علوم پیشرفته و صنعتی ایجاد کند. متأسفانه ایران از جمله کشورهایی است که میزان فرار مغزها در آن بالاست، هر ساله شاهد خروج تعدادی از دانشجویان دانش‌آموخته از دانشگاه‌های عالی کشور هستیم. به نظر می‌رسد دیپلماسی اقتصادی کشور باید به نیروی کار جوان و تحصیل‌کرده به عنوان یک پتانسیل بالقوه اقتصادی اهمیت بسیار دهد و در سند دیپلماسی اقتصادی که به عنوان نقشه راه است، بر ضرورت ایجاد مؤسسات دانش‌بنیان و طرح‌های اشتغال‌زا در داخل کشور تأکید بسیار کند تا نخبگان فکری که از سرمایه‌های اقتصادی کشور به حساب می‌آیند، توسط نهادها و مؤسسات علمی خارجی ربوده نشوند.

به نظر می‌رسد در شرایط تحریم که فشارهای صنعتی بر روی کشور ملموس است، استفاده از این نخبگان در بخش‌های مختلف صنعت می‌تواند در کاهش آسیب‌پذیری اقتصادی کشور بسیار مؤثر و مفید باشد و کشور را به سمت خودکفایی بیشتر سوق دهد. در شرایط تحریم، دولت باید با در نظر گرفتن عناصر امنیت ملی، راهبرد مناسب اقتصادی را با توجه به سند دیپلماسی اقتصادی - که اولویت نیازهای اقتصادی را مشخص می‌کند - اتخاذ کند. در این اتخاذ استراتژی می‌توان از تجربه کشورهای موفق همچون چین و ژاپن نیز استفاده کرد؛ فقط باید در نظر داشت که این تجربیات متناسب با اهداف، ابزار و خواست اقتصادی کشورمان بومی شود.



تشکیل مراکز منطقه‌ای برای اطلاع‌رسانی در زمینه فرصت‌های اقتصادی ایران نیز ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. شرکت‌های بزرگ تجاری ژاپن هریک در نزدیک به یکصد کشور جهان فعالیت دارند و نه تنها فعالانه در زمینه شناخت و دستیابی به اطلاعات بازار کشورهای میزبان خود فعالیت می‌کنند، بلکه همچون مراکزی اطلاعاتی و ارتباطی نظیر نمایندگی‌های دیپلماتیک به جمع‌آوری تازه‌ترین اطلاعات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشورهای میزبان می‌پردازند و با افراد و دستگاه‌های تصمیم‌گیرنده کشورهای خارجی ارتباط نزدیکی برقرار می‌سازند (علیپور تهرانی، ۱۳۷۲: ۱۵۹).

می‌توان تأثیر عوامل اقتصادی در سیاست خارجی را از دو بعد «توانمندی» و «نیاز» بررسی کرد. کشورهایی که دسترسی کافی به شبکه‌های اطلاعاتی جهانی داشته و از منابع پیشرفته برخوردار باشند، می‌توانند به حد کافی کالاها و خدماتی را که دارای مزیت نسبی هستند، تولید و صادر کنند و در تجارت جهانی نقش مؤثری داشته باشند و از تسهیلات قابل توجهی در برنامه‌ریزی و اجرای سیاست خارجی خود برخوردار شوند (فاخری، ۱۳۸۲: ۱۳۸).

با توجه به پیچیدگی و جهانی شدن چهره دیپلماسی در قرن ۲۱ کشور باید نوع نگاه خود به پیرامون را به سمت شکل‌گیری اتحادها و ائتلاف‌ها سوق دهد. به واسطه پیشرو بودن نظام جمهوری اسلامی ایران در تعاملات ضداستعماری و غیرعادلانه، در روابط خارجی این کشور با کشورهای سلطه‌گر، درجه‌ای از تنش وجود دارد. در دیپلماسی اقتصادی، کشورها باید نگاه ائتلاف‌جو را در نظر گرفتن مواضع و منافع خود داشته باشند تا بتوانند در شرایط تحریم با تمرکز بر آنها تعاملات خود را با کشورهای دیگر ادامه دهند و فشار تحریم، آنها را در انزوا قرار ندهد.

دیپلماسی اقتصادی می‌تواند با استفاده از ظرفیت رسانه‌ای و بهره‌مندی از شبکه‌های برون‌مرزی، مانند: هیسپان تی‌وی، جام جم، الکوثر، سحر و آی فیلم توانمندی‌های تجاری واقعی ایران را به دنیا نشان داده، با برندسازی کالاهای ایرانی در خارج و رفع تبلیغات استکباری علیه ایران چهره واقعی جمهوری اسلامی ایران را نشان دهد و از این طریق به ایجاد بازارهای جدید و ثبات آنها در کشورهای هدف کمک کند و ذهنیت‌های موجود علیه جمهوری اسلامی ایران را که با تبلیغات سوء در اذهان عمومی نقش بسته‌اند تا تحریم‌های اعمال‌شده خود را مشروع جلوه دهند، تصحیح کند و به این شکل، آثار مخرب ناشی از تحریم‌ها را تقلیل دهد.

سفارت‌خانه‌ها به عنوان یک منبع بالقوه در کشور میزبان می‌توانند با شناسایی



ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی در کشور میزبان زمینه‌های سرمایه‌گذاری‌های خارجی را برای کشور متبوع خود فراهم کنند. همچنین زمینه فعالیت‌های اقتصادی گروه‌های مختلف اقتصادی و فرهنگی را ایجاد کند؛ زیرا در اصل سفارت‌خانه‌ها معبری برای حضور اتباع کشور متبوع در کشور میزبان هستند و لذا می‌توانند از این فرصت برای برقراری ارتباطات مستحکم و ایدئولوژیک استفاده کنند تا در برابر شوک‌های اقتصادی خارجی وارد شده بر پیکره اقتصادی همچون تحریم‌ها، بتوان با شرکای راهبردی تجاری همچنان تعاملات اقتصادی را ادامه داد.

سازمان‌ها و گروه‌بندی‌هایی نظیر اکو، دی-۸، اتحادیه اقیانوس هند و کنفرانس اسلامی به دلیل توجه بیشتر به همکاری‌های تجاری و در پیش گرفتن اقدام‌های عملی در این زمینه و نیز داشتن اعضای مشترک که در مجموع، روابط تجاری ایران را با تمامی همسایگان به جز روسیه تنظیم خواهند کرد، سازوکار مناسبی برای تعامل مؤثر و سودمند اقتصاد ایران با اقتصادهای جهانی محسوب می‌شوند. اکو تنها سازمان منطقه‌ای است که دبیرخانه آن در تهران است و هزینه‌های سیاسی و اقتصادی زیادی از سوی کشورمان برای ایجاد و ادامه فعالیت آن انجام شده است. بنابراین، باید بتوان از طریق این سازوکار مهم در اختیار، راه ورود آسان ایران به اقتصاد جهانی را هموار کرد (سلیمان‌پور و دامن‌پاک جامی، ۱۳۸۸: ۱۸).

جمع‌بندی و ارائه پیشنهادها

- در مجموع، دیپلماسی اقتصادی فعال، مجموعه راه‌کارهای ذیل را برای مقابله با تحریم‌های اقتصادی و به تبع آن، انزوای اقتصادی ارائه می‌دهد:
- اعزام رایزن‌های بازرگانی به بازارهای هدف (با مطالعات کافی و از میان افراد واجد شرایط و مسلط به تخصص‌های لازم در امور بازرگانی بین‌الملل)؛
 - هماهنگ کردن انتخاب و انتصاب سفرا و منابع انسانی سفارت‌خانه‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور در راستای توسعه روابط اقتصادی، تجاری و صادرات کشور با توجه به تغییر تعریف روابط بین‌الملل و تأکید بر جنبه‌های اقتصادی آن؛
 - مشارکت در فروشگاه‌های زنجیره‌ای منطقه‌ای و جهانی کشورهای همسوس؛
 - حمایت از تأسیس دفاتر، شعب، نمایندگیها و مراکز تجاری و مجتمع‌های فروش ایران در بازارهای هدف اصلی و عمده کشور توسط بخش غیردولتی؛
 - کمک به ایجاد و تقویت تشکل‌های تجار ایرانی مقیم کشورهای مختلف؛



- به دلایل ذیل، کشورهای همسایه در میان شرکای تجاری ایران دارای اهمیت راهبردی هستند و در هر برنامه‌ای برای توسعه تجارت برون‌مرزی، باید در اولویت قرار گیرند:

الف) وجود مرزهای زمینی و دریایی مشترک و کمی فاصله (که باعث کاهش هزینه‌های حمل و نقل و رفت آمد، و وجود فرصت‌هایی بهتر برای پشتیبانی از کالاهای صادراتی در بازارهای هدف می‌شود)؛

ب) اشتراکات فرهنگی، مذهبی و زبانی (که موجب سهولت و کاهش هزینه‌های بازاریابی برای کالاهای تولیدی ایران در این کشورها می‌شود)؛

ج) امکان مبادله کالا براساس پول رایج هر دو کشور؛

د) امکان صادرات مجدد کالاهای تولید ایران به بازارهای فرامنطقه‌ای از طریق کشورهای همسایه (و در نتیجه، کاهش آثار تحریم‌ها بر تجارت خارجی)؛

ه) وجود مناسبات دیرینه سیاسی و اقتصادی (که باعث می‌شود مرادوات تجاری بین همسایگان کمترین تأثیر را از تنش‌های سیاسی - بین‌المللی بپذیرد)؛

- توسعه صادرات خدمات سلامت، بهداشتی و پزشکی با توجه به مزیت نسبی و رقابتی کشور در منطقه؛

- طراحی و اجرای نظام تکمیل زنجیره تولید داخلی (به منظور کاهش وابستگی بخش تولیدی کشور به خارج با لحاظ اولویت‌های راهبردی)؛

- تقویت روابط اقتصادی تنش‌زدا (از جمله خطوط لوله گاز طبیعی و نیز صادرات برق، استفاده از مزیت راهبردی ایران به عنوان جزیره آرامش در میان کشورهای بحران‌زده همسایه و تبدیل ایران به پایگاه تامین انرژی منطقه‌ای)؛

- همسوسازی روابط سیاسی و اقتصادی به‌عنوان شرط لازم برای توسعه همکاری‌های اقتصادی و تجاری بین‌المللی (با استفاده از انگیزه‌های مشترک ضد استکباری و...)

- بهره‌برداری از مزیت‌های ترانزیتی کشور (با توجه به قابلیت بالای این موضوع به عنوان ابزاری برای چانه زنی)؛

- تشکیل بیمه‌های چندملیتی با استفاده از ظرفیت‌های بین‌المللی (از جمله جامعه کشورهای BRIC، اتحادیه شانگ‌های و...)

- شناخت فرصت‌های بالقوه تجاری در بازارهای جدید و شناساندن آن به تجار و بازرگانان بخش خصوصی (که تخصص و فعالیت بالاتر سفرا و هیأت‌های دیپلماتیک در خارج از کشور را می‌طلبد)؛

- تلاش برای انعقاد «توافق‌نامه‌های تجارت آزاد» با کشورهای مختلف دوست یا دارای حداقل تعارض منافع؛
- تقویت مراودات تجاری و توسعه صادرات به بازارهای دارای روابط سیاسی در حال گسترش با ایران، از جمله امریکای لاتین و افریقا و حمایت از آن و اولویت‌بندی کشورهای هدف؛
- اولویت‌دهی توسعه تجارت و همکاری‌های متقابل اقتصادی با کشورهای عضو سازمان‌های بین‌المللی که ایران در آنها نقش برجسته‌ای دارد، مانند: سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) با ۵۷ عضو، نظام جهانی ترجیحات تجاری بین کشورهای در حال توسعه (GSTP) با ۴۴ عضو، اتحادیه همکاری منطقه‌ای کشورهای حاشیه اقیانوس هند (IOR-ARC) با ۱۸ عضو؛ هشت کشور مسلمان در حال توسعه (D-۸)، سازمان همکاری‌های اقتصادی (ECO) شامل ده عضو؛
- حمایت از تبلیغات کالاها و خدمات صادراتی ایران در بازارهای جهانی و منطقه‌ای و طراحی نام و نشان ملی در حوزه توسعه صادرات برای کالاها و خدمات منتخب؛
- حمایت از تولیدات صادراتی دارای زنجیره ارزش گسترده‌تر و با سهم بالاتر از نهاده‌های بومی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع فارسی

- ازغندی، علیرضا (۱۳۸۴)، چالش‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، پنجاه و هشتمین نشست تخصصی معاونت پژوهش‌های سیاست خارجی، گروه مطالعات اقتصاد سیاسی.
- باین، نیکلاس و استفان وولکاک (۱۳۸۸)، دیپلماسی اقتصادی نوین: تصمیم‌گیری و محاصره در روابط بین‌المللی، ترجمه محمدحسن شیخ‌الاسلامی.
- پیغامی، عادل، س مصطفی سمیعی‌نسب و یاسر، سلیمانی (۱۳۹۴)، جستارهایی در اقتصاد مقاومتی: مقاومت‌سازی اقتصادی در ادبیات متعارف؛ مبادی علمی و نظری، جلد اول: تاب‌آوری و آسیب‌پذیری، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- پیغامی، عادل، مصطفی سمیعی‌نسب، یاسر سلیمانی و سید سعیدحسین‌زاده (۱۳۹۴)، جستارهایی در اقتصاد مقاومتی: تحریم‌های اقتصادی ایران، مبان، ابعاد و راهکارها، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- حدادی، مهدی (۱۳۸۹)، تحریم‌های بین‌المللی، ابزار سیاست ملی یا ضمانت اجرایی بین‌المللی، اندیشه‌های حقوقی، س ۱، ش ۳.
- خامنه‌ای، سیدعلی، مجموعه بیانات، دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، <http://farsi.khamenei.ir/speech-content>
- دانش‌نیا، فرهاد (۱۳۹۱)، «دیپلماسی اقتصادی و سیاست خارجی توسعه‌گرا ابزارهای موفقیت راهبردی جمهوری اسلامی ایران در اقتصاد جهانی»، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، ش ۹.
- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال و مختار صالحی (۱۳۹۱)، دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران زمینه‌ها و چالش‌ها (با تاکید بر ۵ شاخص جهانی شدن اقتصاد)، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، س ۱۷، ش ۵۲.
- زهرانی، مصطفی (۱۳۷۶)، «تحریم اقتصادی از نظر تا عمل»، مجله سیاست خارجی، س ۱۱، ش ۱.
- سلیمان‌پور، هادی و مرتضی دامن‌پاک جامی (۱۳۸۸)، «نقش چندجانبه‌گرایی و تربیت‌های تجاری منطقه‌ای در پیشبرد دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، مطالعات اوراسیای مرکزی، مرکز مطالعات عالی بین‌المللی»، ش ۳.
- سمیعی‌نسب، مصطفی و همکاران (۱۳۹۲)، بررسی اقتصاد مقاومتی با استناد به منابع اسلامی (اصول، اهداف، راهبردها و سیاست‌ها)، کمیسیون مطالعات اسلامی دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام.

- سمیعی نسب، مصطفی و زهرا سلامی (۱۳۹۳)، « رویکرد جهادی در منظومه گزاره‌های دینی، مجموعه مقالات همایش اقتصاد مقاومتی از منظر دین»، تهران: نشر کتابدار.
- طباطبایی، سیدعلی (۱۳۸۸)، «بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی‌شدن»، فصلنامه مطالعات سیاسی، ش ۵.
- ظریف، محمدجواد و سعید میرزایی (۱۳۷۶)، «تحریم‌های یک جانبه امریکا علیه ایران»، مجله سیاست خارجی، ش ۱، س ۱۱.
- علیپور تهرانی، بهزاد (۱۳۷۲)، مکانیزم ارتباطی دولت و بخش خصوصی و ظهور بنگاه‌های عظیم صنعتی و بازرگانی در ژاپن، تهران: موسسه چاپ و انتشارات وزارت خارجه.
- فاخری، مهدی (۱۳۸۲)، سازمان تجارت جهانی و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- محسن‌زادگان، امیر و سیدرسول حسینی کرانی (۱۳۹۰)، «تأثیر دیپلماسی بر قدرت ملی ایران در عرصه جهانی»، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی‌شدن، دوره ۲، ش ۳.
- مرکز تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام (۱۳۸۴)، چالش‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، معاونت پژوهش‌های سیاست خارجی، گروه مطالعات اقتصاد سیاسی بین‌الملل.
- موسوی شفاپی، سیدمسعود (۱۳۸۶)، «دیپلماسی اقتصادی، ابزار نوین سیاست خارجی در عصر جهانی‌شدن»، پژوهشنامه حقوق و علوم سیاسی، س ۲، ش ۹.
- نوروزی، حسین (۱۳۸۷)، «اقتصاد جهانی و دیپلماسی اقتصادی کشورهای درحال توسعه؛ ظرفیت‌های پردازش گفتمانی و قاعده‌سازی»، پژوهشنامه دیپلماسی اقتصادی.
- وزارت اقتصاد و امور دارایی (۱۳۹۳)، هنر جنگ اقتصادی، تهران: وزارت اقتصاد و امور دارایی.
- ولی‌زاده، اکبر (۱۳۹۰)، «رهیافت‌ها و نظریه‌های کارایی تحریم در اقتصاد سیاسی بین‌المللی»، فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، ش ۱.



- BARANAY, P. (2009): Modern economic diplomacy.[Online.] In: Publications of Diplomatic Economic Club.
- Barston.(1998), Modern Diplomacy ,London and New york, Longman.
- Brighi, Elisabetta and Hill , Christopher (2008),”Implementation and Behavior” In: Steve Smith & Amelia Hadfield & Tim Dunne, Foreign Policy ;Theories, Actors, Cases, London: Oxford University Press.
- Briguglio Lino [et al] (2006) Conceptualizing and Measuring Economic Resilience [Journal] // university of Malta.
- Eyler, Robert. (2007). Economic Sanctions International Policy and Political Economy at Work,Palgrave Macmillan.
- Hufbauer, Gary Clyde, Jeffrey J. Schott, Kimberly Ann Elliott, and Barbara Oegg. (2007). Economic Sanctions Reconsidered, 3rd ed., Institute for International Economics, Washington DC.
- kostecki,Michel & Oliver Naray (2007),”Commercial Diplomacy and International Business”, Nether Land Institute of International RELATIONS” Clingendael, Discussion paper.
- Poter A.G. Van Bergeijk & Selwyn Moons.(2009),”Economic Diplomacy and Economic Security”, NEW FRONTIERS FOR ECONOMIC DIPLOMACY.
- RANA. KISHAN S& CHATTERJEE, BIPUL.(2010) Economic Diplomacy: India’s Experience, 4th edition.
- Saner,Raymond & Lichia Yia (2002), International Economy Diplomacy:Mutations in post modern Time,Klingender: Nether Lands Institute of International Relations.
- Selwyn J.V. Moons (2013), Economic Diplomacy Works: A meta-analysis of its effect on international economic flows, Erasmus University Institute of Social Studies and Ministry of Foreign Affairs.
- Zamani, hadi.(2007), Effectiveness of Economic Sanctions & UN Sanctions Against Iran, HZ Books, London.



پروفیسر شگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی

پرتال جامع علوم انسانی