



مرکز پژوهش‌های اتاق ایران

جایگاه ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان



بهمن ۱۴۰۰

شناسنامه گزارش



مرکز پژوهش‌های اتاق ایران

عنوان:

جایگاه ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان

مدیریت اقتصاد کلان و آینده پژوهی

تاریخ انتشار: بهمن ۱۴۰۰

واژه‌های کلیدی: دیپلماسی اقتصادی، محیط همسایگی، اقتصاد جهانی، دولت‌های قاعده‌پذیر، خاورمیانه، کشورهای مشترک‌المنافع، همگرایی اقتصادی

نشانی: تهران، خیابان طالقانی، نبش خیابان شهید موسوی (فرصت)، پلاک ۱۷۵

فهرست مطالب

۵	مقدمه
۶	ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان: عوامل ساختاری
۱۱	عوامل کارگزاری: نگرش دولت‌های همسایه به روابط با ایران
۲۱	ایران در رادار دیپلماسی اقتصادی همسایگان
۲۳	ضمیمه شماره ۱

مقدمه

ایران توسعه روابط با همسایگان را در کانون دیپلماسی اقتصادی خود قرار داده است. روشن است که دیپلماسی اقتصادی، خیابانی دوطرفه است. از همین رو تحلیل جایگاه ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان اهمیت دارد. فراتر از ژئوپلیتیک، آیا ایران در کانون نگرش و کنش دیپلماسی اقتصادی کشورهای همسایه قرار دارد؟ اولویت‌های دیپلماسی اقتصادی همسایگان چگونه تنظیم شده است؟ عوامل ساختاری چه نقشی در شکل‌دهی به جایگاه ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان ایفا می‌کنند؟ جایگاه ایران در میان شرکای تجاری کشورهای همسایه چگونه است؟

تبیین جایگاه ایران در نگرش و کنش همسایگان می‌تواند به شکل‌گیری تصویری شفاف‌تر از دیپلماسی همسایگی ایران کمک کند. در این راستا پژوهش حاضر عوامل ساختاری و کارگزاری شکل‌دهنده به جایگاه ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان را مورد بررسی قرار داده است. در بخش نخست، عوامل ساختاری مورد بحث قرار گرفته‌اند. بخش دوم، نگرش همسایگان ایران به دیپلماسی اقتصادی را مورد مذاقه قرار داده و نهایتاً در بخش سوم، جایگاه ایران با توجه به این متغیرها تبیین شده است.

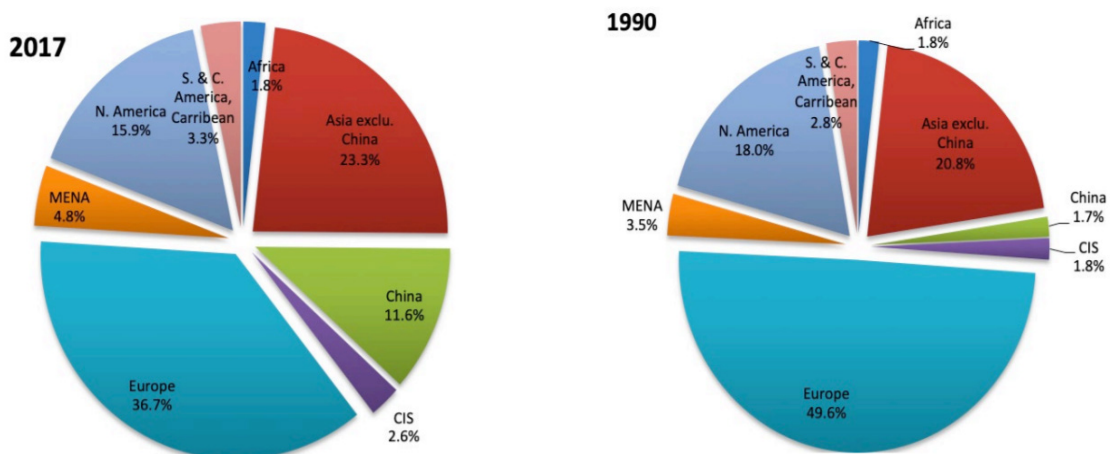
ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان: عوامل ساختاری

در تصویر کلان، نگرش همسایگان به ایران و کنش اقتصادی آنان در قبال ایران، به شدت متأثر از ساختارهای اقتصاد جهانی و موقعیت محیط همسایگی ایران در ساختارهای اقتصاد جهانی است. دو دسته از عوامل به موقعیت محیط همسایگی ایران در اقتصاد جهانی شکل می‌دهند: نخست، قابلیت‌های مادی کشورهای همسایه و دوم نقش آنها در حکمرانی اقتصاد جهانی و منطقه‌ای.

به لحاظ قابلیت‌های مادی، محیط همسایگی ایران در پیرامون اقتصاد جهانی قرار گرفته است. هیچ قدرت بزرگ تجاری و فناوری در محیط پیرامونی ایران قرار ندارد. عمده کشورهای محیط پیرامونی ایران را بازیگران متوسط و کوچک شکل می‌دهند که از لحاظ تأمین مواد خام، در نظام تقسیم‌کار اقتصاد جهانی از موقعیت لجستیک و بازار متوسط برخوردار هستند؛ به بیان دقیق‌تر، در زنجیره جهانی ارزش تنیده شده‌اند.^۱ از منظر هنجاری یا آنچه حکمرانی اقتصاد جهانی نامیده می‌شود، کشورهای همسایه ایران قاعده‌پذیرند و قواعد مسلط در اقتصاد جهانی را به انتخاب یا به اجبار، مبنای کنش اقتصادی خود قرار می‌دهند. هیچ یک از این کشورها وزن قابل توجهی در نهادهای کلیدی حکمرانی جهانی ندارند. حضور کشورهایی چون روسیه، ترکیه و عربستان در گروه بیست نیز عمدتاً حاشیه‌ای است.

نمودارهای ذیل به خوبی جایگاه حاشیه‌ای خاورمیانه و کشورهای موسوم به مشترک‌المنافع در تجارت جهانی را نشان می‌دهند. سهم این منطقه از تجارت جهانی از ۳٫۵ درصد در سال ۱۹۹۰ به ۴٫۸ درصد در سال ۲۰۱۷ افزایش یافته است. سهم روسیه و جمهوری‌های شوروی سابق نیز در این مدت از ۱٫۸ درصد به ۲٫۶ افزایش یافته است. این ارقام به خوبی موقعیت حاشیه‌ای محیط همسایگی ایران در تجارت جهانی را نشان می‌دهند:

شکل شماره ۱: سهم خاورمیانه و کشورهای مشترک‌المنافع در تجارت جهانی در سال ۱۹۹۰ و ۲۰۱۷^۲



1- https://ustr.gov/archive/Document_Library/USTR_Speeches/2003/Global_Trade_the_Middle_East.html

2- <https://www.oecd.org/mena/competitiveness/WGTI2018-Trends-Trade-Investment-Policies-MENA-Nasser-Saidi.pdf>

جدول ذیل روند تحول در موقعیت محیط همسایه ایران در تجارت جهانی را طی دوره‌ای طولانی‌تر نشان می‌دهد. همان‌گونه که داده‌های جدول نشان می‌دهند، سهم خاورمیانه در تجارت کالایی در جهان از ۱,۷ دهم درصد در ۱۹۴۸ به ۲,۸ درصد در سال ۱۹۹۳ و به ۳,۷ درصد در سال ۲۰۲۰ تغییر کرده است؛ به عبارت دیگر، در دوره پسا جنگ سرد که دوره رونق در تجارت جهانی بوده است، سهم خاورمیانه از ۲,۸ درصد در سال ۱۹۹۳، به ۳,۷ درصد در سال ۲۰۲۰ تغییر کرده است. سهم منطقه آسیای مرکزی و کشورهای موسوم به مشترک‌المنافع نیز از ۱,۵ درصد در سال ۱۹۹۳ به ۱,۴ درصد در سال ۲۰۰۳ و ۲,۱ درصد در سال ۲۰۲۰ تغییر کرده است؛ به دیگر سخن، محیط همسایگی ایران در مجموع بر مبنای آمارهای سازمان تجارت جهانی در سال ۲۰۲۰ حدود ۵,۸ درصد در تجارت جهانی کالا نقش و سهم دارد.^۱

در مقام مقایسه، روند تحول در سهم آسیا در ۷۰ سال اخیر قابل توجه است. سهم آسیا در تجارت جهانی از ۱۳,۵ درصد به ۳۲,۴ درصد تغییر کرده است. این جدول نشان می‌دهد که در بازه تاریخی طولانی مدت نیز محیط پیرامونی ایران نتوانسته نقش خود در تجارت جهانی را چندان تغییر دهد و همچنان به‌عنوان منطقه‌ای حاشیه‌ای در تجارت جهانی باقی مانده است.

جدول شماره ۱- روند تحول در سهم مناطق مختلف در تجارت کالایی جهان طی سالهای ۱۹۴۸-۲۰۲۰

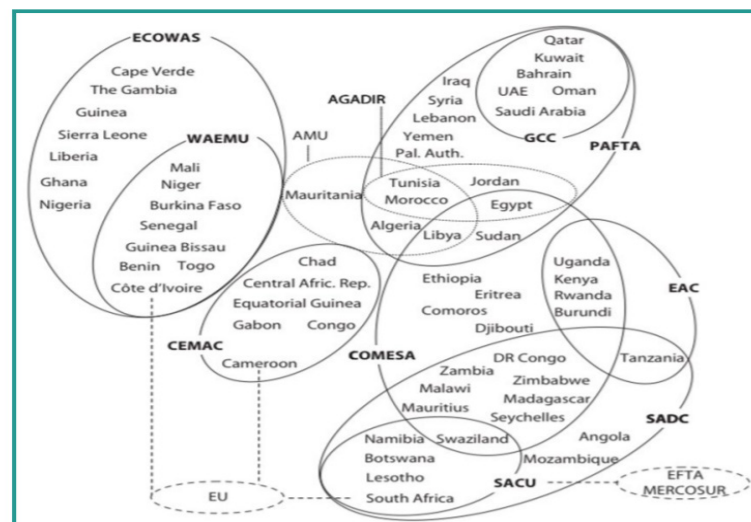
	1948	1953	1963	1973	1983	1993	2003	2020
	Value							
World	62	85	164	594	1883	3805	7599	17376
	Share							
World	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
North America	18.5	20.5	16.1	17.2	18.5	21.3	22.7	18.5
United States of America	13.0	13.9	11.4	12.4	14.3	15.9	17.1	13.9
Canada	1.0	0.9	0.8	0.6	0.7	1.8	3.2	2.4
Mexico	4.4	5.5	3.9	4.2	3.4	3.7	2.3	2.3
South and Central America and the Caribbean	10.4	8.3	6.0	4.4	3.9	3.3	2.5	3.0
Brazil	1.8	1.6	0.9	1.2	0.9	0.7	0.7	1.0
Chile	0.4	0.4	0.4	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3
Europe	45.3	43.7	52.0	53.3	44.1	44.5	44.6	37.3
Germany (1)	2.2	4.5	8.0	9.2	8.1	9.0	8.0	6.7
United Kingdom	13.4	11.0	8.5	6.5	5.3	5.5	5.2	3.7
Netherlands	5.5	4.9	5.3	6.4	5.6	5.7	3.5	3.4
France	3.4	3.3	4.4	4.8	3.3	3.3	5.2	3.4
Commonwealth of Independent States (CIS), including certain associate and former member States (2)	-	-	-	-	-	1.5	1.4	2.1
Africa	8.1	7.0	5.2	3.9	4.6	2.6	2.2	2.9
South Africa (3)	2.5	1.5	1.1	0.9	0.8	0.5	0.5	0.5
Middle East	1.7	2.2	2.3	2.7	6.2	3.3	2.8	3.7
Asia	13.9	15.1	14.1	14.9	18.5	23.5	23.8	32.4
China	0.6	1.6	0.9	0.9	1.1	2.7	5.4	11.8
Japan	1.1	2.8	4.1	6.5	6.7	6.4	5.0	3.7
India	2.3	1.4	1.5	0.5	0.7	0.6	1.0	2.1
Australia and New Zealand	2.9	2.3	2.2	1.6	1.4	1.5	1.4	1.4
Six East Asian traders	3.5	3.7	3.2	3.9	6.1	10.2	8.7	9.3
Memorandum item:								
EU (4)	-	-	25.5	37.1	31.4	36.2	36.1	29.6
USSR, Former	1.9	3.3	4.3	3.6	4.3	-	-	-
GATT/WTO Members (5)	58.6	66.9	75.3	85.5	79.7	89.3	98.4	98.2

1- https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2021_e/wts21_toc_e.htm

همگرایی اقتصادی یکی دیگر از عوامل ساختاری است که به روابط اقتصادی ایران و همسایگان و نگرش همسایگان به ایران شکل می‌دهد. از منظر همگرایی، محیط پیرامونی ایران در قیاس با سایر مناطق به شدت عقب‌مانده است. با وجود آنکه روندهای همگرایی در این منطقه از دهه‌ها پیش آغاز شده اما پیشرفت چندانی نداشته است. سازمان اکو، نماد پیچیدگی روند همگرایی در این منطقه محسوب می‌شود، سازمانی که به‌عنوان نخستین کوشش در همگرایی نه تنها در آسیا بلکه در جهان در حال توسعه از آن نام‌برده می‌شود اما با گذشت حدود نیم‌قرن از تأسیس آن، هنوز در اولین مراحل همگرایی اقتصادی مانده است.^۱ از جزیره همگرایی شورایی همکاری خلیج فارس که بگذریم، سایر بخش‌های محیط همسایگی ایران چندان در روند همگرایی توفیق نیافته‌اند. از همین رو تجارت درون منطقه‌ای در خاورمیانه چندان قابل توجه نیست.^۲

فراتر از خاورمیانه، شکل‌گیری اتحادیه اقتصادی اوراسیا در سال‌های اخیر گام کوچکی در مسیر همگرایی بخشی از محیط همسایگی ایران محسوب می‌شود.^۳ سازمان همکاری شانگهای نیز علی‌رغم مباحثی که در مورد پتانسیل‌های آن در گرفته است، چندان در مسیر همگرایی اقتصادی موفق عمل نکرده است؛^۴ به دیگر سخن، دولت‌ها در محیط همسایگی ایران عمدتاً حاکمیت اقتصادی خود را حفظ کرده‌اند و روندهای همگرایی را جز در موارد معدودی پس زده‌اند. مهم‌تر آنکه ایران در اغلب این روندها حضوری ندارد. شکل ذیل که موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی و آزاد در خاورمیانه را نشان می‌دهد، به‌خوبی این موضوع را منعکس می‌کند؛ ایران در هیچ یک از این ترتیبات حضوری ندارد.^۵

شکل شماره ۲- موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و ترجیحی در خاورمیانه



Source: Acharya et al (2011): "Landscape" In Handbook on Preferential Trade Agreements.

1- <https://www.eco.int/index.php>

2- [https://www.mei.edu/sites/default/files/publications/Hoekman_PDF%20\(2\).pdf](https://www.mei.edu/sites/default/files/publications/Hoekman_PDF%20(2).pdf)

3- [http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/%D0%91%D1%80%D0%BE%D1%88%D1%8E%D1%80%D0%B0%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D1%8B%20%D0%B8%20%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D1%8B%20%D0%B8%D1%82%20\(%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB\).pdf](http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/%D0%91%D1%80%D0%BE%D1%88%D1%8E%D1%80%D0%B0%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D1%8B%20%D0%B8%20%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D1%8B%20%D0%B8%D1%82%20(%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB).pdf)

4- <https://otaghiranonline.ir/news/40012>

5- <https://www.oecd.org/mena/competitiveness/WGTI2018-Trends-Trade-Investment-Policies-MENA-Nasser-Saidi.pdf>

بنابراین از منظر ساختاری، محیط ژئواکونومیک ایران حاشیه‌نشین، قاعده‌پذیر و ناهمگون است. حاشیه‌نشینی همسایگی ایران در اقتصاد جهانی بدان معناست که در واقع ایران در تعامل با همسایگان خود، با حاشیه اقتصاد جهانی و تنها با مجموعه کشورهایی که در حدود ۵ درصد از تجارت جهانی را در اختیار دارند، تعامل می‌کند.

به دیگر سخن، محیط همسایگی ایران در موقعیت قاعده‌گذار در اقتصاد جهانی قرار ندارد. درک این موقعیت برای شکل‌دهی به روابط پایدار با این مجموعه اهمیت ویژه‌ای دارد، زیرا ایران در شرایط کنونی کشوری است که سنگین‌ترین و گسترده‌ترین تحریم‌های بین‌المللی از سوی هسته اقتصاد جهانی علیه آن اعمال شده؛ اقتصاد کشور به طور کامل امنیتی‌سازی شده، امنیت اقتصادی آن در معرض ریسک‌های فراوانی واقع شده و کلیت اقتصادی این کشور در شبکه‌ای از تحریم‌ها گرفتار آمده است. محیط همسایگی ایران به‌عنوان منطقه‌ای حاشیه‌ای در اقتصاد جهانی، قاعده‌پذیر و ناهمگون، توانایی تعامل مؤثر با ایران تحت تحریم و امنیتی شده یا ایجاد قواعد جدیدی برای تعامل با این کشور را ندارد.

تجربه قفل‌شدگی پروژه‌های ایران در عراق در دوره تحریم، ناتوانی بانک‌های این کشور برای پرداخت بدهی‌های کشور،^۱ کاهش شدید روابط تجاری با ترکیه^۲ و سرانجام نیافتن مبادلات مالی با روسیه بر مبنای ارزهای محلی، شواهدی از ناتوانی محیط همسایگی ایران در تحریم زدایی از اقتصاد کشور را نشان می‌دهد.

بر مبنای تجربه یک دهه اخیر و موقعیت محیط همسایگی ایران در اقتصاد جهانی، می‌توان گفت از منظر ساختاری نگرش کشورهای همسایه به روابط اقتصادی با ایران یا به بیان بهتر جایگاه ایران در دیپلماسی اقتصادی این کشورها به‌شدت متأثر از موقعیت ایران در اقتصاد جهانی و نگرش هسته اقتصاد جهانی به ایران است. فراز و فرود روابط ایران و کشورهای همسایه در یک دهه اخیر به‌ویژه در دوره اجرایی‌شدن برجام و سپس خروج ایالات متحده از این توافق، به‌خوبی تأثیرات تعیین‌کننده موقعیت ایران در اقتصاد جهانی بر روابط ایران با همسایگان را نشان می‌دهد. کوتاه سخن آنکه در سطح ساختاری، نگرش همسایگان ایران به روابط اقتصادی با این کشور تابعی از نگرش هسته اقتصاد جهانی به ایران و به روابط اقتصادی با این کشور است.

افزون بر این، ساختار ژئوپلیتیکی منطقه نیز بر نگرش همسایگان به ایران تأثیرگذار است. به دیگر سخن این انگاره که "سیاست فضا را تعیین می‌کند" و چارچوبی برای شکل‌دهی به روابط اقتصادی و اجتماعی دولت‌ها با یکدیگر فراهم می‌آورد، در محیط پیرامونی ایران بیش از سایر مناطق مصداق می‌یابد. محیط همسایگی ایران را عمدتاً "دولت‌های رانتی" دربرگرفته‌اند که بخش عمده اقتصادها را در کنترل خود دارند. افزون بر این قرارداد اجتماعی در این کشورها عمدتاً نخه‌گرایانه است و نخبگان حاکم به حیات اقتصادی کشور شکل می‌دهند.

1- <https://bit.ly/3tPSIEB>

2- <https://bit.ly/3Ivgha8>

در محیط ژئوپلیتیک ایران، الگوهای سنتی ائتلاف در ضلع جنوبی آن یا به بیان دیگر در خاورمیانه شکل گرفته و تداوم یافته است. الگوی سنتی ائتلاف در این منطقه بر محوریت همکاری راهبردی دوجانبه طیف وسیعی از کشورها با ایالات متحده استوار است.^۱ به دیگر سخن ضلع جنوبی محیط ژئوپلیتیک ایران را می‌توان در قالب موازنه شکننده میان ائتلاف به رهبری آمریکا از یکسو و مخالفین آمریکا از سوی دیگر مفهوم‌بندی کرد.

پاکستان مهم‌ترین بازیگر در ضلع شرقی محیط امنیتی ایران به شمار می‌رود که می‌کوشد با فرصت‌طلبی ژئوپلیتیک حداکثر فضای مانور بین‌المللی را در جنوب آسیا، خاورمیانه و در رقابت با قدرت‌های بزرگ برای خود ایجاد نماید. کشور شرقی دیگر، افغانستان، طالبانی بر سرکار است که به لحاظ ژئوپلیتیک پیوندهای عمیقی با پاکستان دارد و در واقع افغانستان کنونی، ادامه ژئوپلیتیک پاکستان محسوب می‌شود.^۲ در ضلع شمالی محیط ژئوپلیتیک ایران، روسیه تهاجمی مهم‌ترین پدیده است؛ کشوری که می‌کوشد تسلط از دست‌رفته بر "خارج نزدیک" خود را احیا نماید.^۳ فراتر از روسیه دولت‌های کوچک و عمدتاً ضعیفی که در آسیای مرکزی و قفقاز قرار دارند، به‌سختی می‌کوشند توازنی میان روسیه و غرب ایجاد کنند و از این مسیر، حداقلی از استقلال در سیاست خارجی خود را به دست آورند.

در غرب محیط ژئوپلیتیک ایران، ترکیه همچنان عضو ناتو و متحد غرب باقی‌مانده است، اما روابط این کشور با غرب به طور فزاینده‌ای پیچیده می‌شود. مهم‌تر آنکه ترکیه به خاورمیانه بازگشته است و می‌کوشد حوزه‌های نفوذ خود در این منطقه را احیا نمایند.^۴ عراق کشوری است که در موقعیت ضعف قرار دارد و می‌کوشد به لحاظ ژئوپلیتیک از یکسو زمین‌بازی قدرت‌های دیگر نباشد و از دیگر سو حلقه وصل این کشورها و نقطه منافع مشترک آنها تلقی نشود.

در این محیط ژئوپلیتیک، آشکارا رقابت بر همکاری برتری دارد؛ موازنه‌ها شکننده‌اند و پیوسته تغییراتی گاه خشونت‌بار در روابط کشورها با یکدیگر و در درون آنها رخ می‌دهد. بیشترین جنگ‌ها در دوره پس از فروپاشی شوروی در محیط پیرامونی ایران رخ داده‌اند؛ بالاترین میزان لشکرکشی در تاریخ آمریکا در سال‌های اخیر در محیط همسایگی ایران به وقوع پیوسته است. در همین راستا، بهار عربی به‌عنوان گسترده‌ترین شورش پس از شورش‌های اروپای شرقی در دهه ۱۹۸۰ در محیط پیرامونی ایران به وقوع پیوست.

تنها در یک سال اخیر در پیامد جنگ ارمنستان و آذربایجان، مرزها در محیط همسایگی ایران تغییر کرده‌اند؛ در ضلع شرقی دولت افغانستان فروپاشیده و اکنون قزاقستان با گسترده‌ترین شورش در تاریخ این کشور مواجه شده است. این رخدادها به‌خوبی شکنندگی محیط ژئوپلیتیک ایران و گستردگی خشونت در آن را نشان می‌دهد. چنین ساختاری بر دیپلماسی اقتصادی ایران تأثیرات مهمی برجای می‌گذارد.

1- http://www.iisajournals.ir/article_53565_ea6be81938b08fbc111b79b86905f654.pdf?lang=en

2- https://www.usip.org/sites/default/files/2021-08/pw_175-afghanistan_pakistan_ties_and_future_stability_in_afghanistan.pdf

3- <https://asia.nikkei.com/Spotlight/The-Big-Story/Ukraine-crisis-highlights-superpowers-quarrel-over-spheres-of-influence>

4- <https://www.economist.com/middle-east-and-africa/2020/08/01/turkey-is-wielding-influence-all-over-the-arab-world>

عوامل کارگزاری: نگرش دولت‌های همسایه به روابط با ایران

افزون بر عوامل ساختاری که بر جایگاه ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان تأثیر گذارند، عوامل کارگزاری به معنای نگرش دولت‌ها و اولویت‌بندی‌های آنان نیز متغیر مهمی در تعیین جایگاه ایران نزد این کشورهاست. از منظر کارگزاری، جایگاه ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان از دو دسته نگرش تأثیر می‌پذیرد: نگرش ژئوپلیتیک و نگرش ژئواکونومیک.

در حوزه ژئوپلیتیک می‌توان سه نگرش را در میان همسایگان نسبت به ایران از یکدیگر تفکیک کرد: نخست، نگرش خصمانه است که ایران را به‌عنوان تهدید وجودی علیه منافع امنیتی و ملی خود تعریف می‌کند. بحرین و عربستان سعودی نمادهای این نگرش‌اند، اما این نگرش در برخی کشورهای دیگر خلیج فارس و حتی کشورهایی که با واسطه همسایه ایران محسوب می‌شوند نیز در دوره‌هایی بروز و ظهور یافته است. تنش‌های اخیر در روابط ایران و تاجیکستان شاهدی بر این مدعا است.

دوم، نگرش پراگماتیسم است. اغلب همسایگان ایران به لحاظ سیاسی نگاهی پراگماتیستی به این کشور دارند و بر مبنای منافع خود و موقعیت ایران در صحنه جهانی میزان و نوع تعامل با این کشور را محدود می‌کنند یا گسترش می‌دهند. کشورهایی مانند قطر، ترکیه، کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز، پاکستان و طالبان در این حوزه قرار می‌گیرند. نگرش ژئوپلیتیکی این کشورها به ایران، تابعی از تعریف هسته منافع ملی آنان، روابط آنان با ایالات متحده و نیز موقعیت ایران در سیاست جهانی و منطقه‌ای است.

نگرش سوم را می‌توان نگرش همکاری‌جویانه لقب داد. عراق، روسیه و عمان تا حدی چنین نگرشی دارند. عراق می‌کوشد روابط دوستانه با ایران را حفظ نماید و از تبدیل ایران به دشمن خود پرهیز دارد. روسیه کشوری است که در شرایط جدید بین‌المللی و روابط تنش‌آلود با ایالات متحده می‌کوشد ایران را به‌عنوان شریک در کنار خود داشته باشد و عمان نیز به‌طور تاریخی حداقلی از روابط دوستانه با ایران را تعریف کرده است، گرچه به الزامات حضور در شورای همکاری خلیج فارس نیز وفادار مانده است.

بنابراین از منظر متغیر کلیدی "سیاست"، کشورهای محیط همسایگی ایران را می‌توان دولت‌های اقتدارگرایی برشمرد که دولت در اقتصاد سیاسی آنان بازیگر مسلط محسوب می‌شود. نگرش این دولت‌ها به ایران و روابط با ایران تأثیرات تعیین‌کننده‌ای بر میزان موفقیت دیپلماسی اقتصادی ایران در قبال آنان برجای می‌گذارد. نگرش این کشورها به ایران چنانچه آمد، چندانکه است؛ به دیگر سخن، بخش عمده محیط همسایگی ایران را دولت‌هایی تشکیل می‌دهند که نگرش پراگماتیستی به روابط با ایران دارند و آن را تابعی از موقعیت ایران در سیاست بین‌المللی و منطقه‌ای قرار داده‌اند.

متغیر دیگر در شکل‌دهی به نگرش همسایگان به ایران، رویکرد ژئواکونومیک آنان است. این نگرش را در چشم‌انداز کلان این کشورها، اسناد سیاست تجاری و موقعیت ایران در تجارت کالایی آنان می‌توان صورت‌بندی کرد. از میان همسایگان ایران، برخی کشورها اسناد چشم‌انداز کلان و سیاست تجاری خود را

منتشر کرده‌اند که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

ترکیه بی شک در میان همسایگان ایران جایگاه ویژه‌ای دارد. این کشور در سال‌های اخیر اسناد مختلفی در زمینه سیاست‌های توسعه‌ای منتشر کرده است. مهم‌ترین این اسناد "چشم‌انداز ۲۰۲۳" است. این سند در سال ۲۰۱۰ از سوی دولت اردوغان منتشر شد. بر مبنای این سند ترکیه در افق ۲۰۲۳ باید تولید ناخالص داخلی خود را به یک تریلیون دلار افزایش دهد؛ در میان ۱۰ اقتصاد برتر جهان قرار گیرد؛ صادرات را به ۵۰۰ میلیارد دلار افزایش دهد و حجم تجارت خارجی خود را به یک تریلیون دلار ارتقا بخشد. از منظر ژئواکونومیک، تنگه‌های بسفر و داردانل به‌عنوان مهم‌ترین مزیت‌های جغرافیایی ترکیه برشمرده شده‌اند. افزون بر این، قراردادن یکی از بندرهای ترکیه در میان ۱۰ بندر برتر جهان، بدیل ترکیه به پنجمین مقصد گردشگری در جهان و افزایش درآمد ناشی از توریسم به ۵۰ میلیارد دلار در این سند مدنظر قرار گرفته است.^۱

بر مبنای این استراتژی کلان، دولت ترکیه در سال ۲۰۱۰ استراتژی صنعتی جدیدی را طراحی و منتشر نمود. در نسخه سال ۲۰۱۱ این سند که بر مبنای سند بالادستی موسوم به استراتژی کلان ترکیه تا سال ۲۰۲۳ تدوین شده است، "ترکیه کشوری است برخوردار از یک جامعه مجهز به فناوری اطلاعات، دارای ثبات روزافزون، برخوردار از برابری اجتماعی فزاینده، دارای توانمندی رقابت‌پذیری در سطح جهانی و دارای روابط گسترده با اتحادیه اروپا می باشد."

این استراتژی صنعتی از آن هنگام تا کنون به‌روز شده است. تازه‌ترین نسخه این استراتژی در سال ۲۰۱۹ منتشر شده است. هدف اصلی استراتژی توسعه صنعتی این کشور، تبدیل شدن به کانون اصلی در تولیدات صنعتی‌های تک و تولیدات با فناوری متوسط در منطقه اوراسیاست. این هدف همچنان در کانون سیاست‌های صنعتی این کشور قرار دارد.

بر مبنای این سند، افزایش رقابت‌پذیری و بهره‌وری بخش صنعتی ترکیه و شکل‌دهی به‌گونه‌ای از ساختار صنعتی که سهم بیشتری از صادرات جهانی داشته باشد و دغدغه اصلی آن، تولید کالاهای تک با ارزش افزوده بالا باشد مورد تاکید قرار گرفته است و اجرایی شدن آن نیازمند نیروی کار کیفی و درنظرگرفتن الزامات محیط زیستی و اجتماعی دانسته شده است.

بخش فرصت‌ها و تهدیدات این سند از منظر بحث حاضر و موقعیت ایران در دیپلماسی اقتصادی ترکیه واجد اهمیت است. در این سند، ویژگی‌هایی مانند فرایند الحاق ترکیه به اتحادیه اروپا، موقعیت جغرافیایی این کشور، جمعیت جوان و کارآفرین، بازارهای محیط همسایگی و پیرامونی، جهانی شدن و نهایتاً افزایش اندازه و ظرفیت بازار داخلی این کشور به‌عنوان مهم‌ترین فرصت‌ها برشمرده شده‌اند. از زاویه تهدیدات، عواملی مانند بحران‌های جهانی، وابستگی به خارج در زمینه انرژی، حجم بالای واردات در حوزه کالاهای واسطه‌ای، افزایش رقابت در صحنه بین‌المللی و کمبودها در زمینه حمل‌ونقل و زیرساخت به‌عنوان تهدیدات

1- Vision 2023. (n.d.). Retrieved from http://www.turkey-japan.com/business/category1/category1_70.pdf



کلیدی برشمرده شده‌اند.

هدف کلان عملیاتی استراتژی توسعه صنعتی ترکیه، افزایش رقابت‌پذیری و بهره‌وری صنایع این کشور و دگرگونی ساختار صنعتی آن به‌گونه‌ای است که بتواند سهم بیشتری از صادرات جهانی به‌ویژه در کالاهای با ارزش افزوده بالا کسب نماید.

بعلاوه در این سند و نسخه‌های بعدی آن تاکید شده که ترکیه در پی ارتقای موقعیت شرکت‌های خود در زنجیره جهانی ارزش است. با تحلیل محتوای اسناد مختلف توسعه صنعتی ترکیه و به‌ویژه تازه‌ترین سند که در سال ۲۰۱۹ منتشر شده، می‌توان دریافت که به‌تدریج اهدافی که در این اسناد برای توسعه صنعتی ترکیه تعریف شده، بلندپروازانه‌تر، ملی‌گرایانه‌تر و رقابت‌جویانه‌تر شده است. مهم‌تر آنکه این اسناد به‌تناسب تحولات در سیاست داخلی و اقتدارگرایی بیشتر حکومت، تغییرات تدریجی در محیط بین‌المللی و چرخش تدریجی سیاست خارجی این کشور متحول شده‌اند.

در سال ۲۰۱۰ هدف اولیه توسعه صنعتی این کشور، تبدیل‌شدن به هاب تولید کالاهای با فناوری متوسط به بالا در آسیا بود، اما در سال ۲۰۱۹ این هدف آشکارا بلندپروازانه‌تر شده است. از میان ده صنعت اولویت‌دار در استراتژی جدید، ۸ صنعت در لبه تکنولوژی قرار دارند و رقابت بسیار سخت و پیچیده‌ای بین قدرتهای صنعتی جهان بر سر حفظ موقعیت برتر در این صنایع و دسترسی به بازارهای بیشتر وجود دارد. ترکیه هدف بلندپروازانه رقابت با آنها را در دستور کار قرار داده است و آن را با چاشنی ملی‌گرایی ترکیب کرده است.^۱

از منظر سیاست تجاری، رجب طیب اردوغان رئیس‌جمهور ترکیه در اواخر سال ۲۰۲۱ در نشست مجمع صادرکنندگان این کشور در استانبول، رؤس استراتژی جدید تجارت خارجی این کشور را بیان کرد؛ او تاکید کرده است که اکنون ۷۰ درصد صادرات ترکیه به محیط همسایگی این کشور صورت می‌گیرد، یعنی کشورهایی که در شعاع ۲۰۰۰ کیلومتری از مرزهای آن قرار می‌گیرند. از منظر وی این استراتژی به اهداف خود دست‌یافته است، زیرا صادرات ترکیه به این کشورها در سال‌های اخیر به‌شدت رشد یافته است. اکنون دولت او اولویت را در تمرکز بر بازارهای دوردست یعنی کشورهایی که در شعاع ۸۰۰۰ کیلومتری مرزهای ترکیه‌اند قرار داده است.

بر مبنای طرح عملیاتی که برای این استراتژی جدید تهیه شده است، ۱۷ کشور به‌عنوان بازارهای دوردست هدف صادراتی ترکیه در نظر گرفته شده‌اند و باید صادرات ترکیه به این بازارها به ۸۱٫۵ میلیارد دلار افزایش یابد. این ۱۷ کشور سهمی ۶۴ درصدی در اقتصاد جهانی دارند. این کشورها عبارت‌اند از آمریکا، چین، برزیل، ایتالیایی، مراکش، آفریقای جنوبی، کره جنوبی، هند، عراق، بریتانیا، ژاپن، کنیا، مالزی، مکزیک، ازبکستان، روسیه و شیلی.^۲ افزون بر این، در قالب این استراتژی دولت ترکیه کوشش می‌کند تا استانبول

1- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (n.d.). Retrieved from <https://www.sanayi.gov.tr/anasayfa>

2- <https://www.dailysabah.com/economy/2019/08/29/turkey-identifies-17-countries-5-sectors-for-sustainable-exports>

را به هاب تجارت جهانی تبدیل نماید. ترکیه هدف بلندپروازانه برای تبدیل شدن به دهمین اقتصاد بزرگ جهان در سر دارد و افزایش صادرات را به‌عنوان مهم‌ترین پیشران تلقی می‌کند.

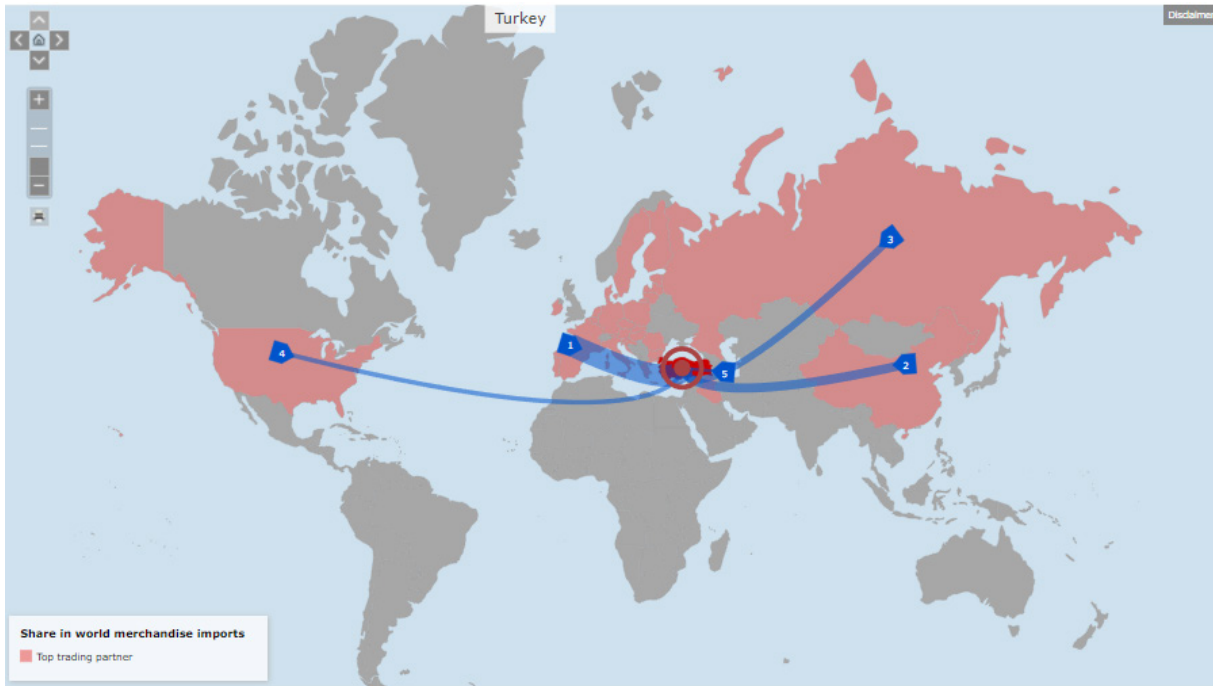
از منظر اردوغان، رسیدن ترکیه به سهم یک‌درصدی در صادرات جهانی، موفقیت مهمی است و تداوم این موفقیت، نیازمند افزایش حضور و فعالیت در بازارهای جهانی است. صادرات ترکیه در سال منتهی به سپتامبر ۲۰۲۱ برای نخستین بار در تاریخ تجارت خارجی این کشور از ۲۰۰ میلیارد دلار فراتر رفته و به ۲۱۱ میلیارد دلار رسید. در ماه آگوست ۲۰۲۱ صادرات این کشور ۵۲ درصد نسبت به مدت مشابه در سال ۲۰۲۰ افزایش یافت. برخی برآوردها نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۲۶ صادرات ترکیه به ۳۰۰ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت؛ این در حالی است که در سال ۱۹۸۰ صادرات سالانه ترکیه حدود ۳ میلیارد دلار بود.^۱

بر مبنای آنچه اشاره شد می‌توان مدعی شد که ترکیه سیاست تجاری و صنعتی بلندپروازانه‌ای را در پیش گرفته است. در حوزه سیاست صنعتی می‌کوشد موقعیتی درخور در انقلاب چهارم صنعتی بیابد و در زنجیره جهانی ارزش موقعیت خود را ارتقاء بخشد. در حوزه سیاست صنعتی به لحاظ جغرافیایی بر اوراسیا متمرکز شده و می‌کوشد در این حوزه در صادرات کالاهای فناوری متوسط به بالا به بازیگری کلیدی مبدل شود. در حوزه سیاست تجاری، اهداف خود در توسعه صادرات در محیط همسایگی را محقق شده می‌بیند و می‌کوشد بر بازارهای دوردست متمرکز شود. نکته حائز اهمیت این است که در لیست ۱۷ کشوری که ترکیه به‌عنوان بازارهای کلیدی خود در نظر گرفته، نامی از ایران برده نشده است.

نقشه شماره ۱- بازارهای صادراتی و وارداتی کلیدی ترکیه



1- <https://www.dailysabah.com/business/economy/turkey-revs-up-exports-to-remote-markets-in-2021>



منبع : سازمان تجارت جهانی

امارات به‌عنوان دیگر همسایه کلیدی ایران، چشم‌انداز کلانی تا افق ۲۰۳۰ را ترسیم کرده است. در قالب این چشم‌انداز، اولویت‌های اقتصادی امارات عبارت‌اند از:

۱- شکل‌دهی به محیط کسب‌وکار باز، کارآمد و تنیده شده در اقتصاد جهانی

۲- طراحی سیاست مالی منسجم که در برابر چرخه‌های اقتصادی منعطف باشد و تاب‌آوری داشته باشد

۳- شکل‌دهی به محیط منعطف باز برای بازارهای مالی و پولی به‌گونه‌ای که تورم قابل مدیریت باشد

۴- بهبود بهره‌وری نیروی کار

۵- توسعه زیرساخت‌های کافی و منعطف قادر به حمایت از رشد اقتصادی در سال‌های پیشرو باشند

۶- توسعه نیروی کار ماهر و مولد

۷- توانمندسازی بازارهای مالی به‌گونه‌ای که قادر به تأمین مالی بخش‌ها و پروژه‌های اقتصادی باشند^۱

فراتر از چشم‌انداز کلان، در حوزه سیاست تجاری امارات بر شکل‌دهی به موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد با طیفی از کشورها متمرکز شده است و این کشورها را به‌عنوان بازارهای هدف برگزیده است. دولت این کشور در سال ۲۰۲۱ اعلام کرد که امضای فوری موافقت‌نامه جامع همکاری اقتصادی با ۸ کشور شامل هند، بریتانیا، ترکیه، کره جنوبی، اتیوپی، اندونزی، اسرائیل و کنیا را در دستور کار خود قرار داده است. این موافقت‌نامه‌ها در ۶ ماه تا یک سال آینده به امضا خواهند رسید. در این موافقت‌نامه‌ها حوزه‌های

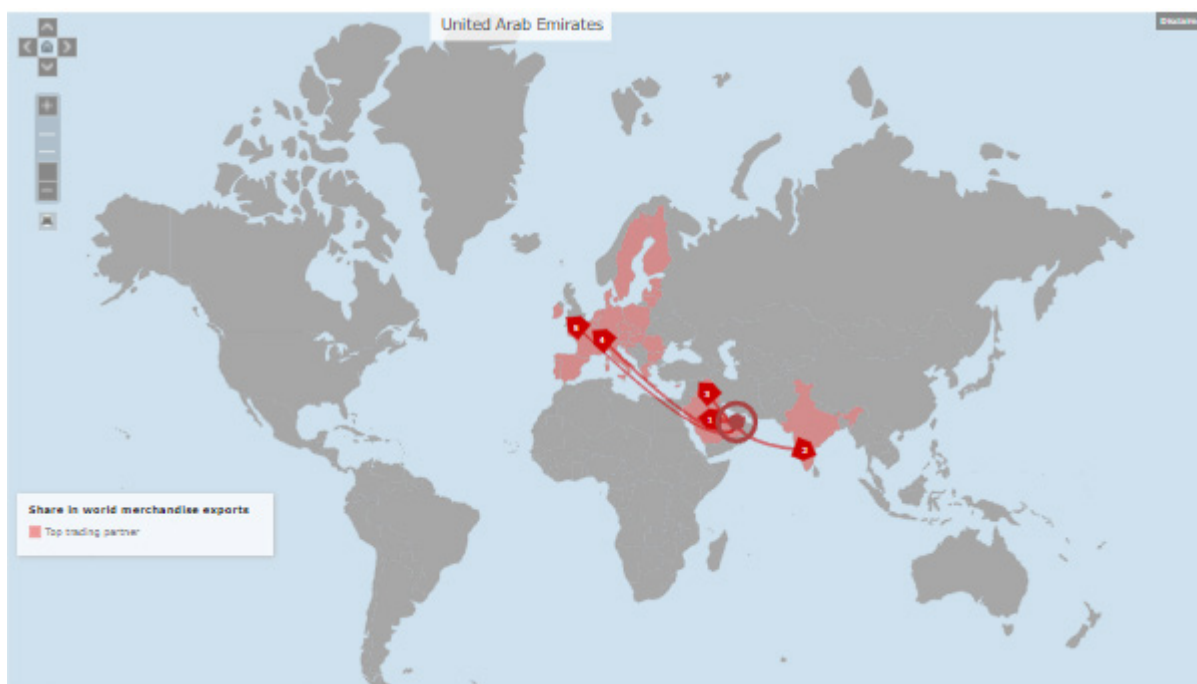
1- <https://u.ae/en/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/local-governments-strategies-and-plans/abu-dhabi-economic-vision-2030>

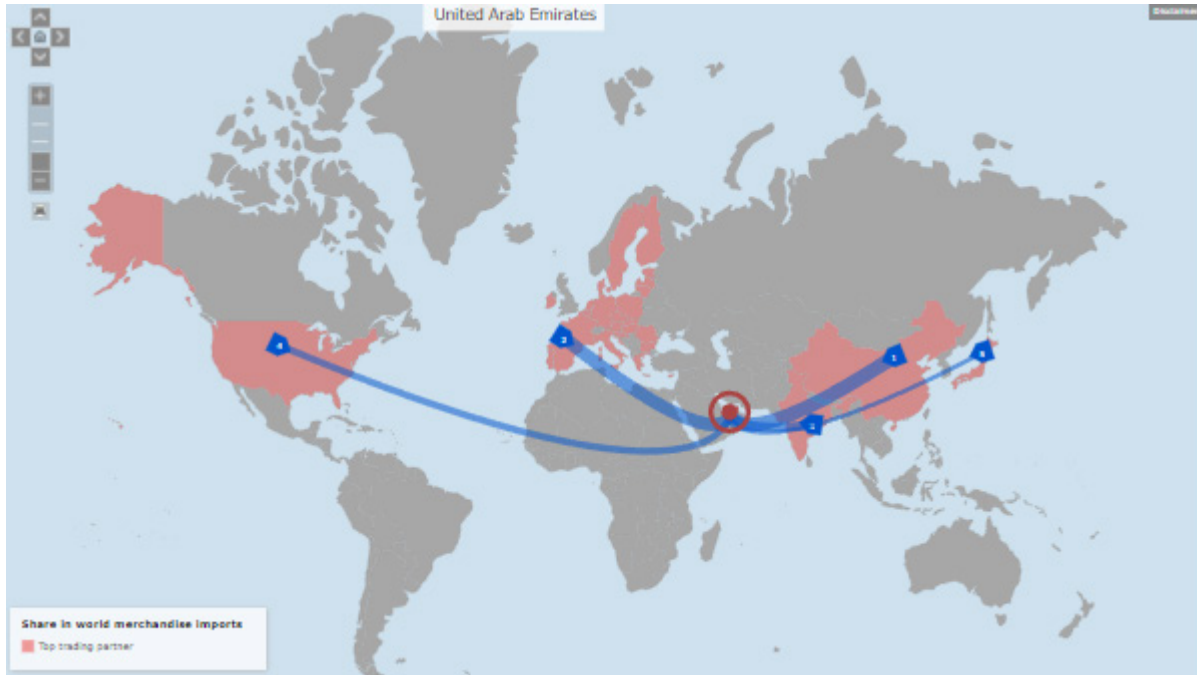
تجارت، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و بخش‌هایی همچون توریسم مدنظر قرار خواهد گرفت.

شتاب امارات عربی متحده در امضای موافقت‌نامه‌های همکاری اقتصادی با طیفی از کشورها از یک سو در راستای برنامه‌های بلندمدت این کشور به‌عنوان هاب تجاری و اقتصادی خاورمیانه و از سوی دیگر، پیشبرد رقابت ژئواکونومیک با عربستان سعودی است. نام ترکیه در میان کشورهای است که ابوظبی در پی امضای موافقت‌نامه‌های جامع اقتصادی با آنها قرار دارد؛ امری که حاکی از تغییر در روابط تیره دو کشور است. این تغییر در حالی رخ می‌دهد که همچنان روابط عربستان با ترکیه تیره مانده است.

در سطح کلان، برخی از تحلیلگران کنش‌های امارات عربی متحده در ماه‌های اخیر را در راستای گسست تدریجی این کشور از بلندپروازی ژئوپلیتیک و بازگشت به نقش سنتی اقتصادی این شیخ‌نشین در منطقه می‌دانند. در سال‌های اخیر این کشور بیش از وزن ژئوپلیتیک خود کوشید در صحنه منطقه‌ای نقش ایفا کند اما آسیب‌های وارده به آن فزاینده بود. از همین رو برخی معتقدند که امارات عربی متحده به تدریج می‌کوشد اولویت‌های اقتصادی را در صدر سیاست خارجی خود قرار دهد و شتاب برای امضای این موافقت‌نامه‌ها نیز در همین راستا قابل تفسیر است.

نقشه شماره ۲-بازارهای کلیدی صادراتی و وارداتی امارات





منبع: سازمان تجارت جهانی

عمان نیز همچون دیگر دولت‌های شورای همکاری خلیج فارس، استراتژی کلان اقتصادی خود موسوم به "چشم‌انداز ۲۰۴۰" را بر محور کاهش نقش نفت در اقتصاد، خصوصی‌سازی و متنوع‌سازی اقتصادی قرار داده است. در این چارچوب این کشور اهداف سیاست تجاری این کشور به صورت ذیل تعیین شده‌اند:

۱- بهبود محیط کسب‌وکار در عمان

۲- جذب سرمایه‌گذاری خارجی

۳- ایجاد اقتصادی رقابت‌پذیرتر و متنوع‌تر

۴- تبدیل عمان به هاب تجاری

در این راستا شکل‌دهی به مشارکت‌های دوجانبه با کشورها به‌ویژه در حوزه صادرات محصولاتی با ارزش افزوده بالا و نقش‌آفرینی در حلقه‌های بالای زنجیره جهانی ارزش مورد تاکید قرار گرفته است و در واقع بنیان سیاست تجاری این کشور را تشکیل می‌دهد.^۱

قطر نیز سیاست تجاری خود را به‌عنوان بخشی از چشم‌انداز ۲۰۳۰ تعریف کرده است. در قالب این چشم‌انداز قطر باید در افق ۲۰۳۰ به کشوری دارای توسعه پایدار و جامعه‌های پیشرفته بدل شود. در این قالب این چشم‌انداز رفاه اقتصادی از طریق متنوع‌سازی اقتصادی، توسعه زیرساخت‌ها و افزایش سهم بخش خصوصی در توسعه کشور و نیز مدیریت منابع طبیعی، متنوع‌سازی تولیدات از طریق سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، ایجاد مناطق صنعتی و خدماتی و حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط مورد تاکید قرار

1- https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s418_e.pdf

گرفته است. قطر با وجود تنش‌هایی که با شورای همکاری خلیج فارس در سالهای اخیر پیدا کرده است سیاست تجاری خود را در قالب نقشه راه کلان شورای همکاری خلیج فارس به پیش می‌برد^۱

روسیه به‌عنوان یکی دیگر از همسایگان کلیدی ایران در سال‌های اخیر کوشیده سیاست تجاری و صنعتی خود را منسجم سازد و سیاست تجاری را تابعی از سیاست صنعتی تعریف نماید. در این راستا روسیه اهداف ذیل را برای سیاست صنعتی خود تعریف کرده است:

۱- ایجاد و توسعه زیرساخت‌های مدرن برای تسهیل فعالیت‌های صنعتی

۲- حمایت از نوآوری با ارائه مشوق‌ها و نیز تحکیم حقوق مالکیت فکری

۳- حمایت از بهبود بهره‌وری

۴- پیشبرد جایگزینی واردات، حراست از منابع و حفاظت از محیط‌زیست

۵- افزایش تولیدات با ارزش افزوده بالا

۶- حمایت از توسعه فناورانه و استفاده از فناوری‌های روز در صنایع مختلف

۷- اطمینان از استقلال فناورانه اقتصاد ملی^۲

در راستای اهداف سیاست صنعتی کشور مهم‌ترین اهداف سیاست تجاری نیز به‌صورت ذیل تعریف شده‌اند:

۱- نوسازی و متنوع‌سازی اقتصاد ملی

۲- افزایش رقابت‌پذیری جهانی کالاها و خدمات روسیه و ایجاد شرایط مساعد برای رشد اقتصادی و توسعه باثبات

۳- تعمیق روند توسعه پایدار و نوآورانه

۴- افزایش حجم تجارت و سرمایه‌گذاری

۵- تسهیل فرایندهای همگرایی با اقتصاد جهانی

۶- ایجاد شرایط مساعد برای صادرکنندگان، واردکنندگان، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کالا و خدمات

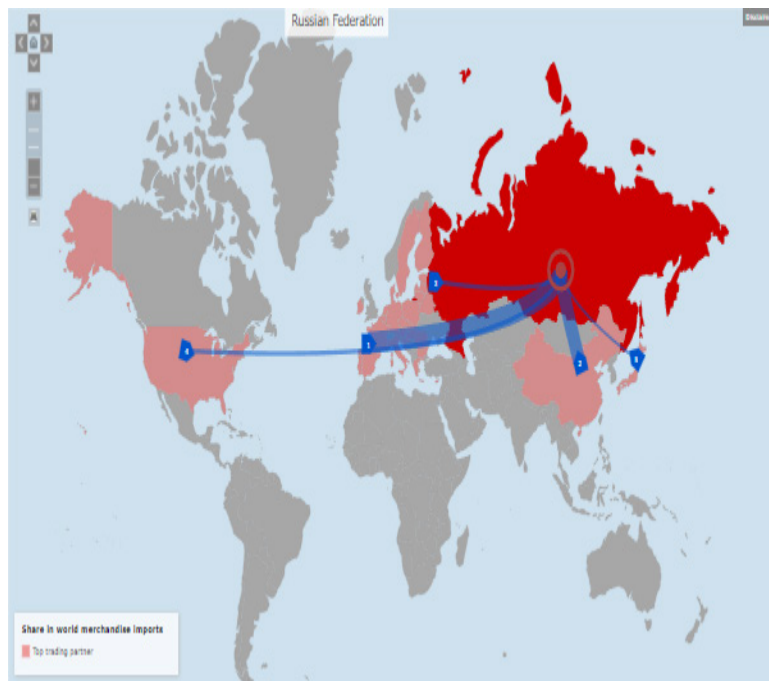
۷- توسعه و افزایش رقابت‌پذیری بخش خدمات روسیه^۳

1- https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s408_e.pdf

2- https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s416_e.pdf

3- https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/g416_e.pdf

نقشه شماره ۳- بازارهای کلیدی صادرات و واردات کالای روسیه ۲۰۲۰^۱



منبع: سازمان تجارت جهانی

پاکستان، مهم‌ترین همسایه شرقی ایران به‌تازگی سند سیاست تجاری خود را منتشر کرده است. در چارچوب این سند چشم‌انداز اقتصادی پاکستان به‌صورت ذیل ترسیم شده است: "پاکستان در افق ۲۰۲۵ دارای بازار داخلی پویا از یک‌سو و اقتصادی دارای مزیت رقابتی در حوزه صادرات در پهنه جهانی خواهد بود". مأموریت این سند "دگرگونی پاکستان از کشوری تولیدمحور به کشوری با اقتصادی که بهره‌وری در کانون آن باشد و در زنجیره‌های ارزش جهانی و منطقه‌ای تنیده شده باشد"، تعریف شده است.

در قالب این سیاست تجاری، پاکستان هدف بلندپروازانه افزایش صادرات کالا و خدمات این کشور به ۵۷ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۵ را نظر گرفته است. در این قالب صادرات پوشاک به‌عنوان مهم‌ترین مزیت

1- https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_maps_e.htm?country_selected=KAZ&optionSelected=3

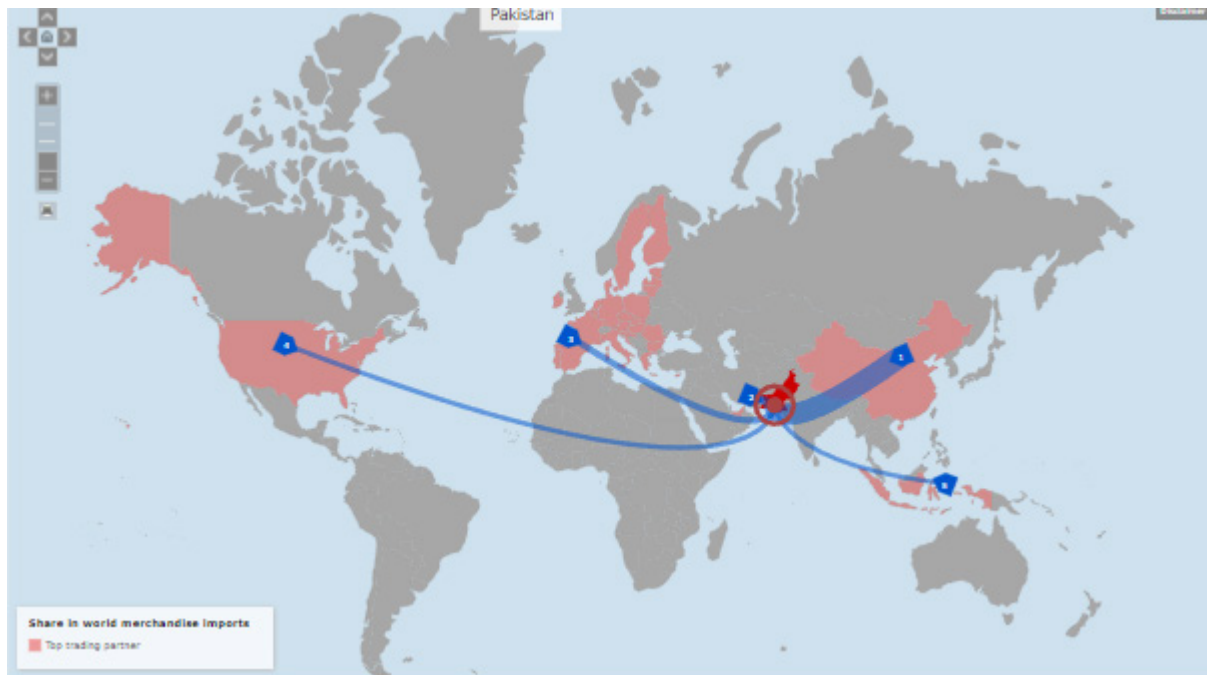
صادراتی این کشور باید تا سال ۲۰۲۵ به ۴۰ میلیارد دلار، صادرات چرم به ۱.۳ میلیارد دلار و صادرات برنج به ۳ میلیارد دلار افزایش یابد. افزون بر این، صادرات مواد غذایی و نوشیدنی در افق ۲۰۲۵ به ۱.۵ میلیارد دلار افزایش می‌یابد. دولت این کشور در نظر دارد صادرات میوه و سبزی‌ها را به ۱.۳ میلیارد دلار در ۲۰۲۵ افزایش دهد.

در قالب استراتژی جدید صادرات این کشور از ۳۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ به ۳۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲، ۴۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ و ۵۷ میلیارد دلار در پایان ۲۰۲۵ افزایش خواهد یافت. در استراتژی تجاری جدید، افزون بر توسعه توان صادراتی در حوزه‌های سنتی صادراتی، بخش‌های جدیدی نیز به‌عنوان اولویت در نظر گرفته شده‌اند. صادرات کالاهای ساخته شده از ۱۷۴ میلیون دلار در سال ۲۰۲۱ به ۲۶۵ میلیون دلار در سال ۲۰۲۵ افزایش خواهد یافت. محصولات دارویی از ۴۰۰ میلیون دلار در سال جاری به ۶۰۸ میلیون دلار در ۲۰۲۵ افزایش خواهد یافت. صادرات قطعات خودرو از ۷۰ میلیون دلار در ۲۰۲۱ به ۱۰۶ میلیون دلار در ۲۰۲۵ افزایش می‌یابد. اقتصاد پاکستان در سال‌های اخیر همواره درگیر مشکلات اساسی بوده است. بخش صادرات این کشور از مشکلات دوام‌دار اقتصادی پاکستان به‌شدت ضربه خورده است. در ده سال اخیر صادرات پاکستان بین ۲۰ تا ۲۵ میلیارد دلار در نوسان بوده است.^۱

نقشه شماره ۴- بازارهای صادراتی و وارداتی کلیدی پاکستان



1-<https://www.dawn.com/news/1657090#:~:text=ISLAMABAD%3A%20The%20cabinet%20on%20Tuesday,more%20efficiently%20than%20their%20competitors.>



منبع: سازمان تجارت جهانی

ایران در رادار دیپلماسی اقتصادی همسایگان

بر مبنای آن چه آمد، در تبیین موقعیت ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان می‌توان چند نکته را مورد توجه قرارداد:

۱- به لحاظ ساختاری همان گونه که اشاره شد همسایگان ایران موقعیتی حاشیه‌ای و قاعده پذیر در نظام تجارت جهانی و به‌طور کلی اقتصاد سیاسی بین‌الملل دارند. سهم محیط همسایگی ایران در اقتصاد جهانی حدود ۵ درصد است. شگفت آنکه این سهم در ۷۰ سال اخیر چندان تغییر نکرده است؛ به دیگر سخن این منطقه در یک وضعیت رکود تاریخی قرار گرفته است. به طور طبیعی چنین منطقه حاشیه‌ای در اقتصاد جهانی، نقش کلیدی در قاعده‌نویسی نیز ندارد، بلکه عمدتاً قاعده پذیر است.

اشاره شد که در محیط همسایگی ایران هیچ اقتصاد بزرگی حضور ندارد، دولت‌ها کوچک و متوسط و عمدتاً تک‌محصولی اند و قواعد اقتصاد سیاسی بین‌الملل را تا حد زیادی پذیرفته‌اند. حاشیه‌ای بودن موقعیت همسایگان ایران در اقتصاد جهانی به این معناست که ایران در تعامل با همسایگان در واقع با ۵ درصد اقتصاد جهانی تعامل می‌کند. اینکه ایران در دیپلماسی اقتصادی خود، اولویت نخست را برای محیط همسایگی قائل شده است، از این منظر قابل نقد است. به دیگر سخن ایران تنها برای تعامل با ۵ درصد اقتصاد جهانی اولویت قائل شده است دولت‌های قاعده پذیر در شرایطی که ایران با هسته اقتصاد سیاسی بین‌المللی دچار تعارض و تنش می‌شود، نمی‌توانند پنجره فرصتی باشند. تجربه تحریم ایران و کاهش شدید روابط اقتصادی و تجاری با همسایگان این موضوع را به‌خوبی نشان می‌دهد.

۲- عامل دیگری که از نظر ساختاری در شکل‌دهی به جایگاه ایران در دیپلماسی اقتصادی همسایگان اهمیت دارد آنکه در این محیط "دولت‌ها" بازیگران کلیدی در اقتصاد سیاسی کشورها محسوب می‌شوند. تقریباً در تمامی کشورهای محیط همسایگی ایران نوعی سرمایه‌داری دولتی حاکم است. نقش کلیدی دولت در اقتصاد سیاسی همسایگان از آن رو اهمیت دارد که تعارضات ژئوپلیتیک ایران و این کشورها به سرعت بر روابط اقتصادی آنها با ایران اثر می‌گذارد؛ دگرگونی روابط تجاری ایران و عراق در دوره پس از صدام، قطع روابط تجاری و اقتصادی ایران با عربستان و بحرین در سال‌های اخیر و زمینه‌سازی روسیه برای ورود ایران به اتحادیه اقتصادی اوراسیا را می‌توان نمادهای نقش‌آفرینی کلیدی دولت‌ها در تسهیل یا محدود کردن روابط تجاری و اقتصادی ایران با این کشورها برشمرد.

۳- افزون بر عوامل ساختاری، از منظر عوامل کارگزاری و نگرش همسایگان به روابط اقتصادی و تجاری با ایران می‌توان گفت که کشورهای هم‌چون ترکیه، پاکستان، امارات عربی متحده و سایر اعضای شورای همکاری خلیج فارس چشم‌اندازهای بلندمدتی را برای شکل‌دهی به ارتقاء جایگاه خود در اقتصاد جهانی تعریف کردند. در هیچ یک از چشم‌اندازهای طراحی شده توسط طیفی از همسایگان ایران، منطقه، در اولویت نخست قرار ندارد. بلکه نقش‌آفرینی در زنجیره‌های جهانی ارزش و ارتقای موقعیت این کشورها در این زنجیره‌ها در کانون توجه قرار دارد. کشورهای شورای همکاری خلیج فارس و اقتصادهای خود را برای عصر پس‌انفست آماده می‌کنند و می‌کوشند متنوع‌سازی اقتصادی و تبدیل شدن به هاب لجستیک در منطقه و بهره‌مندی از مزایای انقلاب چهارم صنعتی را در دستور کار قرار دهند. از همین روست که چشم‌اندازهای کشورهایمانند امارات متحده عربی، قطر و عربستان سعودی شباهت‌های بسیاری با یکدیگر دارند کشورهایمانند پاکستان و ترکیه نیز نقش‌آفرینی در زنجیره‌های جهانی ارزش را در کانون توجه خود قرار داده‌اند.

۴- چنان که داده‌های ارائه شده در ضمیمه شماره یک نشان می‌دهند، ایران در میان شرکای تجاری کلیدی اغلب کشورهای همسایه قرار ندارد؛ به دیگر سخن ایران بازار صادراتی و وارداتی مهمی برای اغلب همسایگان محسوب نمی‌شود. موقعیت ضعیف ایران در بازارهای همسایه، یکی دیگر از عواملی است که بر نگرش آنها در قبال ایران تاثیر می‌گذارد.

۵- نهایتاً اینکه ایران در محیط همسایگی ای قرار گرفته است که حاشیه‌ای و قاعده‌پذیر در اقتصاد جهانی است؛ از ظرفیت‌های فناوری بالایی برخوردار نمی‌باشد و تنش‌های ژئوپلیتیکی در شکل‌دهی به روابط اقتصادی کشورهای یکدیگر نقش کلیدی ایفا می‌کند. کشورهای همسایه ایران نقش‌آفرینی در متن اقتصاد جهانی را اولویت می‌دهند، چندان توجهی به یک کشور خاص یا صرفاً محیط همسایگی ندارند.

۶- ایران همچون همسایگان کلیدی نیازمند نقش‌آفرینی در اقتصاد جهانی و در زنجیره‌های جهانی ارزش است. محیط همسایگی می‌تواند به عنوان بخشی از این راهبرد تلقی شود. تمرکز بر محیط همسایگی، به معنای تمرکز بر تنها ۵ درصد از اقتصاد جهانی و به بهای نادیده‌گرفتن ۹۵ درصد دیگر است.



ضمیمه شماره ۱

جداول ذیل ۱۰ شریک نخست وارداتی و صادراتی ۱۱ همسایه ایران را بر مبنای آمار بانک جهانی در سال ۲۰۱۹ نشان می‌دهند. ایران تنها در میان شرکای تجاری افغانستان، آذربایجان و ارمنستان قرار دارد.

افغانستان

شریک صادراتی	حجم صادرات به درصد	شریک وارداتی	حجم واردات به درصد
هند	۴۷.۱۲	ایران	۱۴.۵۶
پاکستان	۳۴.۳۱	چین	۱۳.۹۲
چین	۳.۵۶	پاکستان	۱۲.۸۷
ترکیه	۲.۸۹	آمریکا	۹.۱۵
امارات	۲.۸۷	ترکمنستان	۸.۰۶
ایران	۱.۷۳	قزاقستان	۶.۱۰
عراق	۱.۶۷	هند	۵.۳۰
آلمان	۱.۳۴	ازبکستان	۵.۰۶
عربستان سعودی	۱.۰۸	روسیه	۵.۰۶
تاجیکستان	۰.۵۸	ژاپن	۲.۶۸

پاکستان

شریک صادراتی	حجم صادرات به درصد	شریک وارداتی	حجم واردات به درصد
آمریکا	۱۶.۹۷	چین	۲۴.۷۸
چین	۸.۵۸	امارات متحده عربی	۱۲.۶۵
انگلستان	۷.۰۶	آمریکا	۵.۲۲
آلمان	۵.۶۵	عربستان سعودی	۴.۷۸
افغانستان	۴.۹۷	قطر	۴.۳۷
امارات	۴.۹۵	ژاپن	۲.۷۲
هلند	۴.۴۴	کویت	۲.۵۰
اسپانیا	۳.۹۸	آفریقای جنوبی	۲.۳۴
ایتالیا	۳.۴۰	تایلند	۲.۱۲
بنگلادش	۳.۳۳	هند	۲.۰۱

ترکیه

شریک صادراتی	حجم صادرات به درصد	شریک وارداتی	حجم واردات به درصد
		روسیه	۱۰.۹۹
آلمان	۹.۱۸۹	آلمان	۹.۱۷
انگلستان	۶.۲۳۷	چین	۹.۰۹
عراق	۵.۶۵۳	نامشخص	۷.۲۰
ایتالیا	۵.۳۹۴	آمریکا	۵.۶۳
آمریکا	۴.۹۶۵	ایتالیا	۴.۴۴
اسپانیا	۴.۵۰۱	فرانسه	۳.۲۱
فرانسه	۴.۳۹۷	هند	۳.۱۵
هلند	۳.۱۸۶	کره جنوبی	۲.۷۵
اسرائیل	۲.۴۶۸	انگلستان	۲.۶۸
روسیه	۲.۲۹۶	اسپانیا	۲.۱۱

ارمنستان

شریک صادراتی	حجم به درصد	شریک وارداتی	حجم واردات به درصد
روسیه	۲۷.۴۷	روسیه	۲۹.۳۷
سوئیس	۱۷.۴۷	چین	۱۴.۷۵
بلغارستان	۷.۹۲	ایران	۶.۴۰
چین	۷.۳۹	ترکیه	۵.۲۳
عراق	۶.۷۷	آلمان	۵.۰۱
هلند	۵.۸۷	ایتالیا	۴.۰۲
ایران	۳.۲۰	اکراین	۲.۸۸
آلمان	۲.۶۵	گرجستان	۱.۵۴
گرجستان	۲.۵۰	انگلستان	۱.۴۰
کانادا	۲.۳۴	برزیل	۱.۳۳



آذربایجان

حجم واردات به درصد	شریک وارداتی	حجم صادرات به درصد	شریک صادراتی
۱۶.۷۶	روسیه	۲۸.۷۲	ایتالیا
۱۲.۰۶	ترکیه	۱۴.۵۸	ترکیه
۱۰.۴۹	چین	۶.۷۸	اسرائیل
۸.۸۴	سوئیس	۴.۸۷	هند
۵.۶۳	آمریکا	۴.۷۴	آلمان
۵.۱۹	آلمان	۳.۸۳	چین
۳.۴۲	اکراین	۳.۶۹	روسیه
۳.۳۲	ایران	۳.۵۹	اسپانیا
۲.۹۲	کانادا	۳.۳۰	جمهوری چک
۲.۶۶	ایتالیا	۲.۹۹	گرجستان

امارات متحده عربی

حجم واردات به درصد	شریک وارداتی	حجم صادرات به درصد	شریک صادراتی
۱۴.۱۴	چین	۵۱.۸۵	نامشخص
۹.۲۷	هند	۶.۱۶	عربستان سعودی
۶.۹۴	آمریکا	۳.۷۷	هند
۴.۳۷	ژاپن	۳.۵۳	عراق
۳.۴۹	آلمان	۳.۵۱	سوئیس
۲.۵۳	انگلستان	۲.۸۰	عمان
۲.۴۹	ویتنام	۲.۱۹	عمان
۲.۳۷	عربستان سعودی	۱.۸۲	ایران
۲.۳۵	فرانسه	۱.۶۴	آمریکا
۲.۲۷	ایتالیا	۱.۴۵	هنگ کنگ

روسیه

شریک صادراتی	حجم صادراتی به درصد	شریک وارداتی	حجم واردات به درصد
چین	۱۳.۴۳	چین	۲۱.۹۱
هلند	۱۰.۵۰	آلمان	۱۰.۱۶
آلمان	۶.۵۷	بلاروس	۵.۵۳
بلاروس	۵.۰۹	آمریکا	۵.۴۳
ترکیه	۴.۹۶	ایتالیا	۴.۴۱
کره جنوبی	۳.۸۳	ژاپن	۳.۶۳
ایتالیا	۳.۳۶	فرانسه	۳.۴۸
قزاقستان	۳.۳۵	کره جنوبی	۳.۲۴
انگلستان	۳.۱۱	اکراین	۱.۹۶
آمریکا	۳.۰۹	انگلستان	۱.۶۳

قزاقستان

شریک صادراتی	حجم صادراتی به درصد	شریک وارداتی	حجم وارداتی به درصد
ایتالیا	۱۴.۵۱	روسیه	۳۶.۶۷
چین	۱۳.۵۵	چین	۱۷.۱۲
روسیه	۹.۷۱	کره جنوبی	۸.۹۲
هلند	۷.۶۱	ایتالیا	۴.۱۲
فرانسه	۶.۳۲	آلمان	۳.۸۹
کره جنوبی	۵.۳۴	آمریکا	۳.۵۴
سوئیس	۴.۶۴	ترکیه	۲.۱۴
ترکیه	۴.۰۰	ازبکستان	۲.۰۱
اسپانیا	۳.۷۵	فرانسه	۱.۸۱
ازبکستان	۳.۴۳	بلاروس	۱.۷۱

کویت

حجم واردات به درصد	شریک وارداتی	حجم صادراتی به درصد	شریک صادراتی
۱۷.۸۶	چین	۹۰.۹۹	نامشخص
۹.۱۰	آمریکا	۱.۴۹	عراق
۸.۴۱	امارات	۱.۴۱	چین
۶.۳۰	ژاپن	۱.۲۵	هند
۶.۱۹	عربستان سعودی	۱.۰۲	عربستان سعودی
۵.۶۸	هند	۰.۸۸	امارات متحده عربی
۵.۲۲	آلمان	۰.۵۶	قطر
۴.۳۳	ایتالیا	۰.۳۲	عمان
۲.۶۹	کره جنوبی	۰.۲۹	پاکستان
۲.۶۲	انگلستان	۰.۱۷	اردن

قطر

حجم واردات به درصد	شریک وارداتی	حجم صادراتی به درصد	شریک صادراتی
۱۸.۶۵	آمریکا	۱۸.۶۴	ژاپن
۱۱.۹۵	چین	۱۵.۵۹	کره جنوبی
۷.۱۴	آلمان	۱۲.۳۷	چین
۶.۶۳	انگلستان	۱۲.۱۶	هند
۵.۱۶	هند	۷.۵۷	سنگاپور
۴.۳۰	ایتالیا	۳.۸۹	تایلند
۴.۱۱	ترکیه	۳.۱۷	بقیه آسیا
۳.۴۱	عمان	۲.۶۱	پاکستان
۳.۰۴	نامشخص	۲.۵۷	انگلستان
۲.۹۷	ژاپن	۱.۹۳	ایتالیا

عربستان

شریک صادراتی	حجم صادرات به درصد	شریک وارداتی	حجم واردات به درصد
نامشخص	۸۰.۳۹	چین	۱۸.۷۵
چین	۳.۷۱	آمریکا	۱۱.۸۵
امارات	۱.۷۴	امارات	۷.۱۸
هند	۱.۵۰	آلمان	۴.۸۵
سنگاپور	۱.۳۶	ژاپن	۴.۵۴
ترکیه	۰.۷۹	هند	۴.۵۰
بلژیک	۰.۷۲	فرانسه	۳.۴۸
مصر	۰.۶۷	ایتالیا	۲.۹۸
کویت	۰.۶۴	کره جنوبی	۲.۷۹
مالزی	۰.۵۴	انگلستان	۲.۱۴