

راهکارهای توسعه تعاملات اقتصادی و تجاری بین المللی ایران در منطقه

دکتر احمدرضا توحیدی؛ عضو هیات علمی حقوق بین الملل دانشگاه قم Dr.tohidi@gom.ac.ir

صدیقه علی پور برزکی؛ دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق بین الملل دانشگاه قم

چکیده:

با خروج آمریکا از برجام و اعمال تحریم‌ها علیه ایران، یکی از مهمترین اهداف کشور توسعه تعاملات تجاری با کشورهای منطقه و ۱۵ کشور همسایه، به خصوص در حوزه تجاری و اقتصادی بود و در بعد داخلی تکیه بر توان اقتصادی کشور و تقویت بنیه‌های تجاری بومی، رونق تولید، حمایت از تولیدکنندگان و برداشتن موانع گسترده اداری در مسیر فعالین اقتصادی و تجار و البته افزایش صادرات غیر نفتی بوده است بنحوی که کمتر کردن وابستگی درآمد کشور به درآمدهای حاصل از نفت می‌تواند تنها برخی از مهمترین محورهای حل مشکلات اقتصادی از راه توجه به درون باشد. و در بعد خارجی راهکارهای دیگری از توجه به اشتراکات ایران با کشورهای همسایه و پیرامونی، بیشتر از دیگر کشورها در نقاط مختلف جهان که بعضاً فارسی‌زبان یا مسلمان هستند و از طرفی به لحاظ جغرافیایی نزدیک هستند، نکته‌های قابل اهمیتی هستند جهت اینکه گسترش و توسعه تعاملات تجاری با این کشورها فراهم گردد البته در همین رابطه پس از خروج آمریکا از برجام معاونت «دیپلماسی اقتصادی»^۱ در وزارت امور خارجه با رویکرد و اولویت توسعه مسائل تجاری و بسیج امکانات داخلی و خارجی جهت حل مشکلات تجارت خارجی کشور ایجاد گردید. همچنین براساس اسناد بالادستی به‌ویژه چشم‌انداز بیست ساله تا ۱۴۰۴، توسعه اقتصادی محقق نمی‌شود مگر از همه ظرفیت‌ها از جمله «دیپلماسی اقتصادی» در سیاست خارجی به‌طور کامل و مفید استفاده شود و در سطح منطقه با حمایت از تولیدات داخلی و در نظر گرفتن تسهیلات کافی در جهت توسعه صادرات و برقراری تعامل بیشتر با کشورهای همسایه که وجه اشتراک فرهنگی، زبانی، مذهبی و اقتصادی بیشتری با کشور ما دارند و بالا بردن سطح استاندارد تولید و افزایش صادرات غیر نفتی و خدمات و محصولات دانش بنیان و افزایش تسهیلات برای بالا بردن سطح دانش و دست آورد های علمی و صنعتی در جهت توسعه تعاملات تجاری و اقتصادی گام برداریم. بنابراین، در چنین شرایط سختی، توجه به تعاملات اقتصادی و ارائه راهکارهایی جهت توسعه اقتصادی در پرتو سیاست اقتصاد مقاومتی، می‌تواند راهگشا باشد. لذا تلاش نویسندگان در مقال حاضر توجه و تحلیل رویکرد توسعه مدار ایران در وضعیت تحریم‌های یکجانبه می‌باشد که در این مسیر با استفاده از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و استفاده از روش گردآوری اطلاعات بصورت کتابخانه‌ای سعی در تعمیق و تحلیل مطالب خواهد شد.

کلیدواژه‌گان: توسعه اقتصادی، حقوق تجارت بین الملل، تحریم یکجانبه

^۱ Economic diplomacy

مقدمه:

با گذشت بیش از دو سال از خروج آمریکا از برجام (در اردیبهشت ۱۳۹۷) و پس از آن اعمال شدیدترین تحریم ها در قالب کارزار فشار حداکثری علیه ایران، همچنان مهمترین اولویت کشور گره‌گشایی در امور اقتصادی و رونق در کسب و کارها است. 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 الهام بخش در تحولات منطقه و جهان میسر سازد.

تحریم های ایالات متحده آمریکا و فرصت ایجاد شده در تجارت با کشورهای منطقه، اهمیت توجه به گسترش روابط با همسایگان و حضور در بازارهای منطقه را نسبت به قبل بیشتر کرده است. با توجه به اینکه موقعیت ژئوپلیتیک ایران یک موقعیت منحصربه‌فرد بوده و برای دستیابی به رشد و توسعه اقتصادی پایدار بسیار مناسب است؛ تسریع در ورود سرمایه‌گذاری‌های خارجی و افزایش صادرات، تبدیل شدن به محور ترانزیت کالا، خدمات و مسافر؛ مستلزم دیپلماسی فعال، تعاملی و همه‌جانبه است. البته دستیابی به قدرت اول منطقه بر اساس اهداف سند چشم‌انداز بیست‌ساله ۱۴۰۴ و برنامه‌های پنج‌ساله توسعه، در گرو استفاده تام و تمام از ظرفیت ممتاز دستگاه دیپلماسی کشور تحت عنوان دیپلماسی اقتصادی معنا پیدا می‌کند. دیپلماسی اقتصادی راهی موثر در راستای افزایش رشد اقتصادی و مقاوم کردن اقتصاد کشور با توجه به بازگشت تحریم‌های اقتصادی است. برای رسیدن به چنین هدفی باید ایران دارای اقتصاد قوی و اقتدار ملی باشد؛ بنابراین دیپلماسی اقتصادی به مفهوم اهمیت یافتن مناسبات اقتصادی در روابط خارجی، یکی از ابزارهای مهم پیشبرد اهداف بلندمدت و راهبردی کشورها برای کمک به تحقق اهداف اقتصادی و در نهایت افزایش رشد و توسعه اقتصادی به حساب می‌آید. همچنین ایران ظرفیت بسیار بالایی در دستیابی به بازار کشورهای همسایه را دارد. به همین دلیل، دیپلماسی اقتصادی و توجه به همسایگان هدف برنامه دولت دوازدهم و وزارت امور خارجه است. این راهبرد، نقش موثری در بازدارندگی در برابر منابع بی‌ثباتی در منطقه و مقابله با آثار تحریم ها خواهد داشت. با این حال، بررسی اسناد نشان می‌دهد که فاصله زیادی تا دستیابی به نقطه مطلوب این هدف وجود دارد. (عرب پور، ۱۳۹۹)

بررسی‌ها و شواهد نشان می‌دهد که در نظام بین‌الملل، امروزه دغدغه دولت‌ها از مسائل سیاسی به موضوعات اقتصادی و خصوصا به دست آوردن بازارهای جهانی و از دیپلماسی سنتی به دیپلماسی اقتصادی به عنوان ابزار نوین و کارآمد تعامل اقتصادی و توسعه‌گرایی تغییر یافته است. این موضوع در عصر پرچالش کنونی که برای جمهوری اسلامی ایران، تحریم‌ها و دشواری‌های فراوان و ویژه‌ای را به وجود آورده از اهمیت زیادی برخوردار است و نظام اقتصادی کشور را به اتخاذ یک نظام اقتصادی متناسب با این تحولات و چالش‌ها فرا می‌خواند. از سوی دیگر، در حقیقت پس از حفظ و بقاء کشور، امنیت ملی، اعتبار و پرستیژ بین‌المللی، توسعه اقتصادی در اولویت

نخست اهداف سیاست خارجی دولت‌ها قرار دارد و یکی از وظایف و کارویژه‌های دستگاه دیپلماسی کشورها، هدایت و اجرای دیپلماسی اقتصادی جهت تسهیل و تسریع دسترسی کشور به سرمایه، منابع و بازارهای جهانی است. در چنین وضعیتی، بر اساس نظر اکثر کارشناسان، کشور نیاز به یک دکترین اقتصادی بر محور اقتصاد مقاومتی (برون‌گرایی^۲ و درون‌نگری^۳) و دیپلماسی اقتصادی دارد؛ چرا که موضوع دیپلماسی اقتصادی به اندازه زمان حال اهمیت خود را نشان نداده است. اکنون چنانچه تحول دیپلماسی در راستای افزایش نقش منافع اقتصادی در عرصه روابط خارجی کشورها پذیرفته شود، می‌توان ادعا کرد اقتصاد، مهم‌ترین عاملی است که دیپلماسی کشورها را تحت تأثیر قرار داده است و بین سیاست و اقتصاد، ارتباطی تنگاتنگ وجود دارد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۷، ۳۶۸).

می‌توان گفت جهت دستیابی به اهداف توسعه‌ای کشور، به نظر می‌رسد سیاست خارجی برون‌گرای درون‌نگر مبتنی بر توسعه‌گرایی و تعامل سازنده با نظام بین‌الملل، مناسب‌ترین الگو برای دیپلماسی کشور باشد. امروزه مسئله تنظیم روابط اقتصادی به مرکز ثقل دیپلماسی منتقل شده و موقعیتی هم طراز موضوعات سیاسی پیدا کرده است. بنابراین، با توجه به مطالب فوق‌الذکر این سیاست خارجی توسعه‌گرا از اصولی برخوردار است که مهم‌ترین آنها عبارتند از: همزیستی مسالمت‌آمیز، تنش‌زدایی، اعتمادسازی و چندجانبه‌گرایی در سطوح منطقه‌ای و جهانی (بشیری، ۱۳۹۳، ۶۹).

مبحث اول: بررسی مختصر تحریم‌ها^۴ علیه ایران:

در چهل سال اخیر، آمریکا تحریم‌های متعددی علیه ایران اعمال کرده است، اما شدت و کثرت این تحریم‌ها در دوران ریاست جمهوری دونالد ترامپ در کاخ سفید بیشتر شده است؛ تحریم‌های ترامپ و آمریکا علیه ایران فهرست بلندبالایی را شامل می‌شود و از مراکز، شرکت‌ها، سازمان‌ها و نهادها تا شخصیت‌های مختلف را دربرمی‌گیرد. این در واقع جنگی اقتصادی است که کشور درگیر آن است.

سوال اینجاست که راهکارهای توسعه تعاملات اقتصادی در منطقه با توجه به تحریم‌های اخیر چه می‌تواند باشد؟ در حالی که در شرایط بحران کرونا حتی اعلام نکردند که حداقل تحریم دارو لغو شود و حتی با تقاضای کشورمان برای دریافت ۵ میلیارد دلار وام به منظور تهیه دارو و واکسن موافقت نشد و آمریکا اجازه این کار را صادر نکرد.

^۲ Extraversion

^۳ Introspection

^۴ Sanctions

۱-۱- تحریم های پنج گانه علیه ایران:

از زمان پیروزی انقلاب اسلامی پنج دور تحریم علیه ایران وضع شده است. دور نخست مربوط به سال‌های ۱۳۵۹-۱۳۵۷ است که در آن ضمن مصادره دارایی دولت ایران نزد بانک‌های آمریکایی، صادرات هرگونه غذا و دارو به ایران ممنوع شد. علاوه بر این، آمریکاییان از هرگونه معامله مالی با ایرانیان منع شده و آمریکا هر نوع واردات از ایران و تمامی سفرها به ایران یا از ایران را ممنوع کرد. همچنین، تمامی تجهیزات نظامی خریداری شده یا سفارش داده شده از سوی دولت ایران توقیف شد. دور دوم هم‌زمان با حمله نظامی عراق به ایران بود که این دور از تحریم‌ها عمدتاً در دوره زمانی ۱۳۶۲-۷۴ اعمال شد. کنترل‌های شدید و سخت‌گیرانه‌تر از دوره اول تحریم‌ها در خصوص صادرات تجهیزات نظامی با استفاده دوگانه به ایران، تصویب ممنوعیت صدور کالاها و فراورده‌های آمریکایی به ایران توسط کنگره آمریکا، ممنوعیت هرگونه معامله برای توسعه صنعت نفت در ایران، ممنوعیت واردات، صادرات و سرمایه‌گذاری متقابل بین عمده‌ترین تحریم‌های دور دوم بوده‌اند. دور سوم، با تصویب قانون «داماتو»^۵ و قراردادن تحریم‌ها از سال ۱۳۷۵ شروع شد. تصویب قانون «تحریم‌های ایران و لیبی» اسامی بانک‌های ایرانی و تعدادی از نهادها و شرکت‌های وابسته به سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در لیست تحریم‌ها، مهم‌ترین اقدامات این دور از تحریم‌ها تا سال ۱۳۸۳ بود.

در دور چهارم تحریم‌ها که از آذرماه ۱۳۸۹ با هدف کاستن از سرعت رشد توان هسته‌ای، تحریم صادرات نفت ایران، تحریم بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و تحریم شدیدتر واردات کالاهای ضروری و اساسی اعمال شد، مهم‌ترین تحریم‌ها به شمار می‌روند. هرچند مجاری اثرگذاری تحریم بر بخش‌های اقتصادی فقط فرایند اثرگذاری این سیاست را مشخص می‌کند اما در خصوص کم‌وکیف آن توضیحی را ارائه نمی‌کند؛ چراکه ادبیات موجود در حوزه تحریم عمدتاً بر پیروزی یا شکست تحریم به‌عنوان گزینه‌های صفر و صد اعمال تحریم، تأکید دارد. تحریم‌ها صرف‌نظر از موفقیت و شکست در دستیابی به هدف غایی، بر بخش‌های مختلف اقتصادی مانند تجارت، سرمایه‌گذاری، اشتغال و رشد اقتصادی تأثیرگذار هستند و مختصات و ماهیت ساختار اقتصادی ایران را دگرگون می‌کند. (زین‌الیان، ۱۳۹۸)

دور آخر تحریم‌ها نیز در حال حاضر در جریان است. تحریم‌هایی که شدیدترین تحریم در تاریخ جمهوری اسلامی است و تمامی بخش‌های اقتصادی را دربر می‌گیرد، تمامی صنایع نفت، بانکی، پتروشیمی، فولاد، مس و خودرو در دایره این تحریم‌ها قرار گرفته‌اند. آنچه که مسلم است اینکه کشورمان در تحریمی قرار دارد که تاریخ جهان شاهد

آن نبوده است و تا امروز با آن مواجه هستیم. تحریم‌های که سبب سختی‌های معیشتی برای مردم شده است اما مقاومت و انسجام داخلی، دشمنان را از رسیدن به هدف اصلی‌شان که شکستن ابهت نظام و درمانده کردن مردم و تسلیم کشور و نظام بود، ناکام کرده است.

۱-۲ آثار تحریم بر بخش تولید

با نگاه به کتاب «هنر تحریم‌ها» نوشته ریچارد نفیو، مسئول تیم طراحی تحریم‌ها علیه ایران در دوره دوم اوپاما درمی‌یابیم که نقاط استراتژیک برای تحریم‌ها چه حوزه‌هایی بوده است: «برخی از انواع فشارهای اقتصادی به صورت خاص می‌توانند جمعیت هدف جوان را بیشتر از جمعیت پیر تحت تأثیر قرار دهند، نظیر تحریم‌هایی که به بی‌کاری جامعه هدف منجر می‌شوند و شغل‌های بخش صنعتی و تولید را تحت تأثیر قرار می‌دهند... اجراکنندگان تحریم به این نتیجه رسیدند که نرخ بی‌کاری یا کم‌کاری حساسیت‌هایی را در این اقتصاد به وجود می‌آورد و به همین دلیل آنها تلاش کردند این مشکل را تشدید کنند. سیاست‌های مشابهی نیز در مورد ضعف پول ملی ایران به کار گرفته شد. آمریکا در رویکرد تحریم‌های خود علیه ایران یک گام فراتر رفت و در ژوئن ۲۰۱۳ مجموعه‌ای سازمان‌یافته از تحریم‌ها را بر صنعت خودروسازی ایران اعمال کرد تا این کشور توانایی اخذ کمک خارجی در زمینه تولید را نداشته باشد. هدف اصلی این تحریم‌ها، مشاغل حوزه تولید و درآمدهای ناشی از صادرات از این بخش بود به نحوی که بتواند تلاش دولت ایران برای کاهش اتکا به صادرات نفت و ایجاد اشتغال برای حدود ۵۰۰ هزار نفر در بخش‌های غیرنفتی را محدود کند. بی‌کاری، اشتغال در بخش‌های تولیدی و صنعتی، ضعف پول ملی، خروج گسترده ارز با واردات کالاهای لوکس و تجملاتی برای اقبال ثروتمند، ایجاد ناهماهنگی اقتصادی و صنعت خودروسازی، بخشی از حوزه‌هایی است که تحریم‌ها بر آنها سایه انداخته و هدف اصلی ترسیم‌شده «مشاغل حوزه تولید و درآمدهای ناشی از صادرات از این بخش»، راهی عامدانه برای جداکردن حاکمیت از مردم است. (زین الیان، همان)

مبحث دوم: مبانی نظری

۱-۲ مکاتب مرتبط با تعاملات تجاری بین‌المللی از منظر حقوق تجارت بین‌الملل:

در حقوق تجارت بین‌الملل، در این رابطه ۳ نظریه بیان شده است:

۱-۱-۲ مکتب سوداگری (مرکانتیلیسم):^۱

^۱ Mercantilism

مرکانتیلیسم از قرن شانزدهم تا نیمه قرن هجدهم رواج داشت و بیشترین سهم را در ایجاد خصلت تهاجمی خصومت و رقابت و استعمار در نظام اقتصادی سرمایه‌داری داشت. نظریات مکتب مرکانتیلیسم اگر چه متناسب با رونق تجارت و اهمیت روزافزون مبادلات بین‌المللی شکل گرفته‌است اما به نوبه خود در تکامل نظام اقتصادی سرمایه‌داری تجاری و حتی ایجاد زمینه برای پیدایش نظام اقتصادی سرمایه‌داری صنعتی نقشی در خور توجه داشت.

در زمان مرکانتیلیسم یعنی مدت زمان بین قرون ۱۶ تا ۱۸، استدلال می‌شد که موقعیت حد مطلوب برای یک کشور در ارتباط با تجارت خارجی وقتی حاصل است که آن کشور بتواند صادرات خود را افزایش و واردات را کاهش دهد. مرکانتیلیست‌ها طرفدار وضع قوانین در جهت برقراری عوارض گمرکی و موانع تجاری بوده و اعتقاد داشتند که از این طریق می‌توان وضعیت یک کشور را در سطح بین‌الملل بهبود بخشید.

سیاست‌های اقتصادی سوداگران در اواخر قرن ۱۸ مورد نقد قرار گرفت. دیوید هیوم عقیده داشت که مرکانتیلیسم ممکن است در کوتاه مدت وضعیت تجاری را بهبود بخشد ولی این امر در دراز مدت به زیان کشور خاتمه می‌یابد.

آدام اسمیت در سال ۱۷۷۶ اقدام به انتشار کتاب مشهور خود تحت عنوان ثروت ملل کرد و در این کتاب شدیداً به نقطه نظرات مرکانتیلیست‌ها در مورد تجارت بین‌الملل ایراداتی را وارد کرد و اعتقاد داشت که کلیه کشورها می‌توانند از برقراری تجارت بین‌الملل هم‌زمان منتفع شوند، به نظر آدام اسمیت تحقق تقسیم کار در سطح بین‌الملل باعث تخصص کامل کشورها در تولید کالاهای مختلف شده و منجر به افزایش بازدهی و سطح تولیدات در کل دنیا خواهد شد. اسمیت معتقد است که از بین بردن موانع تجاری و برقراری تجارت آزاد به نفع کلیه کشورهای خواهد بود. (شیروی، ۱۳۹۸، ۸).

۲-۱-۲ مکتب مزیت مطلق^۷:

آدام اسمیت در سال ۱۷۷۶ در کتاب ثروت ملل به مخالفت با فروض مکتب سوداگران که ثروت یک کشور را وابسته به میزان دارایی آن کشور (طلا و نقره) می‌دانند و اینکه کشورها تنها با ضرر یکدیگر از تجارت سود می‌برند برخاست. او بیان کرد که تجارت آزاد بین کشورها باعث تقسیم کار بین‌المللی می‌شود و عوامل تولید کشورها به تولید کالایی متمرکز خواهد شد که در آن مزیت مطلق دارد.

^۷ Absolute advantage

اسمیت اعتقاد داشت، که مزیت یک کشور یا طبیعی است یا اکتسابی. منظور از مزیت طبیعی، مزیت یک کشور به دلیل شرایط اقلیمی یا دسترسی به منابع طبیعی خاص، در تولید یک محصول، است. منظور از مزیت اکتسابی که امروزه بیشترین تجارت جهان را به خود اختصاص داده، مصنوعات و خدمات، به جای کالاهای کشاورزی و منابع طبیعی است. محل تولید این کالاها عمدتاً به مزیت اکتسابی آن‌ها بستگی دارد؛ که به طور عام به عنوان تکنولوژی تولید یا تکنولوژی فرایند، به آن‌ها اشاره می‌شود.

این تئوری، بر پایه مفروضاتی نهاده شده، که بدون در نظر گرفتن آن‌ها، این تئوری مصداق پیدا نمی‌کند. مهم‌ترین این مفروضات عبارتند از:

- ۱- همسان بودن تکنولوژی در دو کشور؛
- ۲- همسان بود نیروی انسانی از نظر مهارت و تخصص در دو کشور؛
- ۳- یکی بودن تابع تولید در دو کشور؛
- ۴- موجود بودن اطلاعات کامل و بدون هزینه برای همه اشخاص؛
- ۵- غیرقابل انتقال بودن عوامل تولید (عدم تحرک عوامل تولید) (بین دو کشور و امکان مطلق حرکت این عوامل در داخل کشور؛
- ۶- موجود نبودن هرگونه مانع برای تجارت. (شیروی، همان، ۹)

۲-۱-۲ مکتب مزیت نسبی^۸:

ریکاردو در سال ۱۸۱۷ نظریه تکمیلی بر مزیت مطلق اسمیت ارائه می‌کند. اگر کشوری در تولید هیچ کالایی مزیت مطلق نداشته باشد، هنوز هم تجارت برای آن سودآور خواهد بود. در این زمان کشورها براساس مزیت نسبی به تجارت می‌پردازند. مزیت نسبی حالتی است که هزینه ی فرصت تولید یک کالا در یک کشور کمتر از هزینه ً تولید همان کالا در کشور دیگر باشد. (شیروی، همان، ۱۲)

^۸ Comparative advantage

۲-۲ ارزیابی های مختلف از وضعیت روابط خارجی جمهوری اسلامی ایران :

ارزیابی های مختلف از وضعیت روابط خارجی جمهوری اسلامی ایران را میتوان در ۳ مورد خلاصه کرد:

۱- عده ای از پژوهشگران از منظر نظریه رئالیسم ، سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران را ناکام دانسته اند. آنها با ملاک قرار دادن منافع ملی مادی و قدرت سخت افزاری معتقدند که سیاست خارجی جمهوری اسلامی توفیق چندانی در تحقق و تامین این اهداف و منافع نداشته است.

۲- برخی دیگر که از دیدگاه ایدئولوژیک به مسئله نگریسته اند، آن را موفق و مطلوب ارزیابی کرده اند. به نظر آنان سیاست خارجی جمهوری اسلامی در انجام وظیفه و عمل به تکلیف در چابوب اصول و آرمانهای انقلاب موفق بوده است.

۳- گروه سوم برخلاف این دو رهیافت ، سیاست خارجی ایران را ترکیبی از موفقیت و شکست ارزیابی کرده اند.

این رویکردهای متفاوت و متعارض ناشی از مشکلات و محدودیت های معرفت شناسی و روش شناسی در ارزیابی دقیق و آکادمیک وضعیت روابط خارجی جمهوری اسلامی است. از آنجا که سیاست خارجی ایران دارای اهداف بلند مدت و میان مدت است نمی توان در مورد نتیجه نهایی و کوتاه مدت آن قضاوت علمی کرد. چه بسا موضوعی که عملکرد سیاست خارجی در آن موفق ارزیابی شود، در آینده آشکار شود که پیامدها و تاثیرات منفی بر منافع ملی کشور داشته است. برعکس این مورد نیز امکان پذیر است. علاوه بر این سیاست خارجی دارای اهداف متنوع و متعددی است، به گونه ای که احتمال دارد کشور در تامین برخی از این اهداف موفق عمل کند و در حصول برخی دیگر ناکام بماند. مهمتر اینکه انتخاب معیار و ملاک عینی برای ارزیابی موفقیت و شکست سیاست خارجی در ارتباط با سایر کشورها به سادگی مقدور نیست، زیرا معیارها و شاخص های واحد و مورد اتفاق نظر همگان وجود ندارد حتی در صورت وجود چنین ملاک ها و معیارهایی به علت زمانمندی و مکانمندی مطالعات و تعامل ارزش و واقعیت ، داوری نهایی توسط پژوهشگر و احتمالاً جانبدارانه صورت می پذیرد. (افضلی، کیانی، ۱۳۹۹)

مبحث سوم: صادرات منطقه‌ای^۹

۳-۱ لزوم افزایش صادرات غیر نفتی^{۱۰}:

^۹ Regional exports

^{۱۰} Non-Fuel Export

رشد و توسعه صادرات (غیرنفتی) همواره به عنوان یکی از ابزارهای توسعه مطرح بوده و خواهد بود و از الزامات هر اقتصادی با هر حجم و اندازه‌ای است. در کشور ما این الزام حیاتی‌تر و ضروری‌تر نیز هست زیرا که در شرایطی به سر می‌بریم که به گفته رییس سازمان برنامه و بودجه قادر به صدور نفت، حداقل به صورت رسمی نیستیم و نیاز به ارزشهای حاصل از صادرات غیرنفتی پیش از بیش احساس می‌شود. به علت کاهش قدرت خرید مردم ناشی از کاهش ارزش پول ملی، بازارهای داخلی رونقی نداشته و برای اینکه واحدهای صنعتی و تولیدی بتوانند گردش مناسبی از نظر مالی داشته باشند چاره‌ای به جز عرضه کالاهای خود به بازارهای جهانی ندارند و این لزوم توجه به صادرات را دو چندان می‌کند.

در شرایط کنونی که تأمین نقدینگی مشکل اصلی واحدهای صنعتی عنوان می‌شود، چنانچه بنگاه‌ها نتوانند کالای تولید شده خود را در بازارهای داخلی یا خارجی به فروش رسانند، مشکل چندانی حل نشده و همچنان رکود دامن تولید را رها نکرده و انبارهای کارخانجات محلی برای حبس نقدینگی خواهد شد.

طبیعی است برای اینکه بتوانیم به یک توسعه پایدار در بخش صادرات (غیرنفتی) برسیم، باید ابتدا زیرساخت‌ها و فضای مناسب برای آن را تأمین کنیم، از روزمرگی خارج شویم و با تدوین سیاست‌های زیربنایی و اصولی، پایه‌های صادرات را پی‌ریزی کنیم تا هم در شرایط تحریم فعلی کمک حال کشور باشد و هم پس از گذر از این دوران و بازگشت به دوران رونق زمینه ساز رشد مطلوب اقتصادی باشد. برای بهبود جایگاه صادرات غیرنفتی در اقتصاد ایران باید روی توان منطقه حساب باز کرد و در این مسیر عضویت در اتحادیه‌های اقتصادی و منطقه‌ای اهمیت بالایی دارد. (مودودی، محمد رضا، ۱۳۹۷)

ایران برای حفظ بازار صادرات غیرنفتی خود و افزایش نفوذ در تجارت جهان یک گزینه پیش‌رو دارد: استفاده از توان بازار کشورهای همسایه و منطقه‌ای است. در این بین اتحادیه تجاری اوراسیا که تعدادی از همسایگان شمالی ایران را در خود جمع کرده یکی از بهترین گزینه‌های موجود برای آغاز حرکت در این مسیر طولانی به شمار می‌رود.

توسعه روابط اقتصادی میان کشورهای مختلف جهان تحت تاثیر رشد قابل توجه امکانات حمل و نقل، یکی از مهم‌ترین رخدادهایی بود که برای همیشه تصویر اقتصادی دولت‌ها را تغییر داد. افزایش قابل توجه میزان تجارت میان قاره‌های مختلف، راه‌اندازی شرکت‌های فراملیتی و تولید محصولات مشترک صنعتی میان چند کشور، اصلی‌ترین نتایج این تغییر جدی بود. این حرکت در ادامه با عضویت تعداد قابل توجهی از کشورهای دنیا در سازمان تجارت جهانی (WTO) ادامه پیدا کرد تا جایی که قوانین اقتصادی دولت‌ها با هدف گسترش تجارت بین‌المللی به سمت تسهیل صادرات و واردات حرکت کرد.

۱-۱-۳ راهکار برای مالکان بنگاه‌های تولیدی صادراتی :

۱- تولید کالای با کیفیت: از مهم‌ترین ابزارهای حضور پایدار در بازارهای هدف صادراتی پایبندی به تولید کالای با کیفیت و حفظ و استمرار کیفیت آن است. توجه به این اصل می‌تواند در درازمدت منافع صادرکننده را حفظ کرده و باعث خوشنامی و ظهور یک برند موفق در بین مصرف‌کنندگان گردد.

در برخی موارد مشاهده می‌شود که کالایی با کیفیتی مناسب به یکی از کشورهای همسایه صادر شده و پس از اینکه با اقبال عمومی بازار هدف روبرو شد، کیفیت آن کالا دچار افت محسوسی گردیده است که این موضوع هم بر روی صدور این کالا تاثیر نامطلوب گذاشته و هم به‌طور کلی نام سایر صادرکنندگان دیگر کشور را نیز تخریب کرده است. بر این اساس استمرار کیفیت مناسب کالای صادراتی از مهمترین فاکتورهای لازم یک کالای صادراتی است.

۲- قیمت مناسب: از دیگر فاکتورهای مهم در صادرات یک کالا، قیمت مناسب آن است به گونه‌ای که متقاضیان آن کالا در کشورهای هدف قادر باشند تا به راحتی نسبت به تهیه آن اقدام کرده و همچنین در مقایسه با سایر کالاهای مشابه، آن را ترجیح دهند.

تلاش برای کاهش قیمت تمام شده که در نهایت منجر به کاهش قیمت‌های فروش می‌شود می‌تواند در استقبال عمومی از کالاهای صادراتی نقش عمده‌ای ایفا کند. افزایش بهره‌وری، کاهش ضایعات، استفاده از ماشین‌آلات مدرن و با سرعت‌های بالا و مدیریت منابع مالی و انسانی می‌تواند نقش موثری در کاهش قیمت تمام شده بازی کند. مثال روشن این موضوع، تسخیر بازارهای داخلی ایران و اکثر کشورهای شبیه ایران توسط کالاهای ارزان قیمت چینی است.

۳- پایبندی به تعهدات: از مهم‌ترین عوامل موفقیت در صدور یک کالای صادراتی، پایبندی به همه تعهدات و به‌ویژه پایبندی به زمان ارسال کالا است. تحویل به موقع کالا بر اساس قراردادهای فیما بین می‌تواند به خوشنامی صادرکننده و اطمینان خریدار از تأمین به موقع کالا کمک شایانی کند.

۴- بسته‌بندی مناسب: در صورتی که کالای صادر شده کالای نهایی باشد، ضروری است که از بسته‌بندی مناسبی برخوردار باشد تا ضمن اینکه برای خریدار جذابیت داشته باشد، در عین حال سالم نیز به مقصد برسد.

۵- شناسایی بازارهای هدف: یکی از مهم‌ترین وظایف بنگاه‌های صادراتی شناسایی بازارهای هدف و سلايق و علايق مخاطبان خود است. هر واحد صادراتی باید به خوبی بداند که برای چه طیفی از افراد جامعه هدف، با چه سلايقي و با چه توان مالی و درآمد سرانه ای چه نوع کالایی را تولید می‌کند.

عدم شناخت کافی از بازارهای هدف صادراتی، ورود و ماندگاری صادرکننده در بازارهای به دست آورده را با مخاطرات جدی روبرو می‌سازد. در این ارتباط نقش رایزنان بازرگانی ایران در سایر کشورها و به‌ویژه کشورهایی که با ما روابط گسترده تجاری دارند بسیار مهم و حیاتی است. (حائری، علیرضا، ۱۳۹۸)

۳-۱-۲ راهکار برای دولت:

آنچه دولت در امر تسهیل صادرات باید انجام دهد را می‌توان در دو بخش داخلی و بین‌المللی تشریح کرد. البته پیش شرط تمامی این امور تلاش جهت لغو تحریم‌های غیر عادلانه از سیستم بانکی کشور و برقراری مجدد این ارتباطات است.

در بخش داخلی (حائری، همان)

۱- ارائه تسهیلات مناسب و ارزان‌قیمت به صادرکنندگان:

ارائه تسهیلات مناسب و ارزان‌قیمت به صادرکنندگان در ازای قردادهای صادراتی می‌تواند نقش موثری در کاهش قیمت تمام شده کالای صادراتی ایفا کرده و آنان را قادر می‌سازد تا با استفاده از این امکانات نسبت به تولید کالای خود اقدام کنند. ارائه تسهیلات صادراتی با نرخ حداقل ۵۰ درصد نرخ سایر تسهیلات نیز می‌تواند کمک شایانی به تولید کالاهای صادراتی کند. ضمن اینکه در قانون هدفمندی یارانه‌ها نیز پیش‌بینی شده تا بخشی از منابع حاصل از اجرای این قانون به امر توسعه صادرات تعلق گیرد. در مقابل صادرکنندگان نیز موظفند که در ازای تسهیلات دریافتی از دولت، نسبت به برگشت ارز حاصل از صادرات در کمترین زمان ممکن اقدام کنند.

۲- ارائه مشوق‌های صادراتی:

در شرایط تحریم فعلی و نیاز عرضه تولیدات داخلی در بازارهای جهانی، ارائه مشوق‌های صادراتی به صورت نقدی یا غیرنقدی هدفمند می‌تواند بسیار کارگشا باشد.

به‌طور مثال می‌توان برای افرادی که ماشین‌آلات یا مواد اولیه مورد نیاز خطوط تولیدی خود یا سایر تولیدکنندگان را با استفاده از ارز حاصل از صادرات وارد می‌کنند، تخفیفاتی مثلاً تا سقف ۵۰ درصد در میزان حقوق ورودی کالا در نظر گرفت. در این حالت است که ارز حاصل از صادرات غیرنفتی ارزش بیشتری خواهد گرفت و منافی را برای صاحبان آن در پی خواهد داشت که خود منجر به ایجاد انگیزه بیشتر برای انجام صادرات می‌شود.

۳- مناطق آزاد و ویژه اقتصادی:

همان‌گونه که همگان اطلاع دارند این مناطق با هدف ایجاد ارزش افزوده بر روی مواد اولیه وارداتی و توسعه صادرات ایجاد شد و گسترش پیدا کرد و هدف اولیه این بود که مواد اولیه و واسطه‌ای با حقوق ورودی صفر درصد به این مناطق وارد و پس از فراوری و ایجاد ارزش افزوده بر روی آن مجدد به خارج از کشور صادر شود.

البته همین کالاهای فراوری شده می‌توانست با تخفیفات تعرفه‌ای که بستگی به میزان ارزش افزوده اکتسابی این کالاها دارد به داخل کشور نیز وارد شود که در حال حاضر این جنبه موضوع پر رنگ تر بوده و بیشتر کالاهای وارد شده به این مناطق پس از کسب ارزش افزوده در واحدهای صنعتی موجود در این مناطق به‌جای صادرات و با کسب تخفیفات تعرفه‌ای وارد کشور می‌شود. جا دارد مسوولان مربوطه با تدوین قوانین تکمیلی راه واردات این قبیل کالاها را از مناطق ویژه اقتصادی به داخل کشور سخت‌تر کرده و در عوض در جهت تعریف تسهیلات صادراتی برای سرمایه‌گذاران این مناطق اقدام کنند.

در بخش بین‌المللی (حائری، همان)

۱ - توسعه روابط تجاری با سایر کشورها در قالب عقد قراردادهای تجارت ترجیح^{۱۱} یا تجارت آزاد^{۱۲} همانند توافق که با کشور ترکیه انجام شده است و بسط آن به سایر کشورها و به‌ویژه کشورهای عضو CIS می‌تواند بسیار راه گشا باشد.

۲ - عضویت در اتحادیه‌های تجاری منطقه‌ای و جهانی و به‌خصوص سازمان توسعه تجارت: (WTO)

هرچه این ارتباطات تجاری در قالب اتحادیه‌های منطقه‌ای و جهانی گسترده‌تر و عمیق‌تر باشد، علاوه بر منافع مادی برای کشور، امکان وضع تحریم‌های بیشتر را نیز کاهش می‌دهد.

^{۱۱} Preferred Trade Agreement

^{۱۲} Free Trade Agreement

عقد قرارداد تعرفه ترجیحی با اتحادیه اوراسیا از آخرین اقدامات موثر در این راستا است که باید تداوم یابد.

۳- جذب سرمایه‌گذاری خارجی که از اهم واجبات در امر رشد اقتصادی و رشد صادرات است و بنگاه‌های ما را به برندهای جهانی پیوند می‌دهد سرمایه‌گذار خارجی همزمان با تزریق منابع مالی ارزی، همچنین علم مدیریت، تکنولوژی، برند، ارزش افزوده و اشتغال را نیز برای ما به ارمغان می‌آورد و واحدهای صنعتی ما را به شبکه تجارت جهانی پیوند می‌زند و در نهایت موجب رشد اقتصادی و رشد صادرات کشور می‌شود.

تخمین زده می‌شود که برای رسیدن به اهداف سند ۲۰ ساله در افق ۱۴۰۴، نیازمند رشد اقتصادی سالیانه حداقل ۱۱ درصد هستیم که جز با جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ارتباط گسترده با بازارهای جهانی میسر نخواهد شد.

در این ارتباط دولت باید زمینه و بستر حضور سرمایه‌گذاران خارجی به کشور را فراهم کند و قوانین و مقررات مربوط به خروج سود و درآمد حاصل از فعالیت این قبیل سرمایه‌گذاران را شفاف و تسهیل کند.

۴- هدف‌گذاری صادراتی:

با وجود اینکه همه ساله اهداف کلان صادراتی کشور اعلام می‌شود، اما اهداف صادراتی رشته‌های مختلف صنعتی اعلام نمی‌شود تا بتوان فعالیت‌های صادراتی هر بخش صنعتی را با اهداف آن ارزیابی و مقایسه و میزان موفقیت آن را بررسی کرد.

وجود و اعلام برنامه‌ها و اهداف تولیدی و صادراتی در هر رشته صنعتی در ابتدای هر سال موجب می‌شود تا همگان با اهداف کلان آن حوزه آشنا شده و بتوانند فعالیت‌های آن مجموعه را رصد کرده و با اهداف آن مقایسه‌کنند و این امکان وجود داشته باشد تا در پایان دوره دلایل موفقیت و شکست برنامه ارزیابی شده و زمینه موفقیت‌های بیشتر در سال بعد فراهم شود. ضمن اینکه امکان ارزیابی توانایی‌ها و قابلیت‌های مدیر یا رئیس مربوطه نیز مهیا می‌شود.

۵- ایجاد تنوع در بازارهای صادراتی:

یکی دیگر از باید‌های تجاری و صادراتی کشور ایجاد تنوع در بازارهای هدف صادراتی است. در حال حاضر به دلایل گوناگون از جمله تحریم‌های بین‌المللی مناسبات تجاری ما محدود به چند کشور خاص شده است که این امر اقتصاد و صادرات ما را به شدت تهدید می‌کند. در صورت رفع تحریم‌ها بسیار امیدوار هستیم تا شاهد گسترش

و تنوع در بازارهای صادراتی و نفوذ به بازارهای اقتصاد های پیشرفته از جمله اتحادیه اروپا باشیم که اقبال و پذیرش خوبی نیز از سوی این قبیل کشورها نسبت به کالاهای ایرانی به چشم می خورد.

۶- اولویت تجارت با کشورهای همسایه:

یکی دیگر از اولویت های تجاری کشور، باید بسط و توسعه روابط تجاری با کشورهای همسایه باشد. کشور ما با کشورهای منطقه از نظر فرهنگی اشتراکات بسیاری دارد و همین امر می تواند در توسعه مبادلات تجاری بسیار موثر باشد.

همچنین از نظر نزدیکی مسیر، هزینه های حمل و نقل نیز کاهش قابل ملاحظه ای خواهد داشت که بر روی کاهش قیمت تمام شده تاثیر مثبت می گذارد. (حائری، علیرضا، همان)

۳-۲ لزوم توجه به بازارچه های مرزی^{۱۳}:

بازارچه های مرزی محوطه ای است محصور واقع در نقطه صفر مرزی در جوار گمرکات مجاز به انجام تشریفات تجاری، یا مکان هایی که طبق تفاهم نامه های منعقد شده بین ایران و سایر کشورهای همجوار تعیین می شود و اهالی دو طرف مرز می توانند تولیدات و محصولات کشور خود را با رعایت مقررات صادرات و واردات برای داد و ستد در این بازارچه ها عرضه نمایند. کلیه اشخاص حقیقی ساکن در مناطق مرزی و اشخاص حقوقی که در مناطق مرزی فعالیت می نمایند، مجاز به فعالیت در بازارچه های مرزی می باشند.

براساس مصوبه هیئت وزیران، در حال حاضر حدودا ۵۰ بازارچه مرزی در سطح کشور دایر است که بخش عمده این بازارها در مرز عراق مستقر است و مابقی در مرز مشترک ایران با کشورهای چون ترکیه، پاکستان، آذربایجان، افغانستان، ارمنستان، ترکمنستان، حاشیه خلیج فارس، قطر و نخجوان قرار دارند.

با توجه به وضعیت اقتصادی و جمعیتی مناطق مرز نشین و عدم بهره برداری از شرایط و موقعیت های ویژه ای که در مناطق مرزی در اختیار مردمان این مناطق قرار می دهد، می توان گفت از یک سوی مردمان در وضعیت نابسامان اقتصادی به سر می برند و از سوی دیگر شرایط و موقعیت مکانی مناسبی که در این مکان ها وجود

^{۱۳} Border markets

دارد، این امکان را می‌تواند در اختیار مردمان این مناطق قرار دهد که از موقعیت مکانی مناسب در جهت زدودن فقر اقتصادی کمک بگیرند.

ایجاد اشتغال و درآمد برای مردمان مستقر در نواحی مرزی، صادرات کالاها و محصولات تولید شده در مناطق مرزی به کشورهای همجوار و واردات و تامین کالاهای موردنیاز معیشتی برای مردم مرزنشین از کشورهای مقابل جنبه استراتژیک دارد.

ایجاد امنیت اجتماعی در مناطق مرزی، برقراری روابط حسنه و حسن همجواری با مردم مرزنشین کشورها یا کشورهای همجوار و ایجاد امنیت پایدار در مرزها، نشر و صدور ارزش‌ها و فرهنگ‌های اسلامی و ملی به ملل سایر کشورها از مهمترین اهداف راه‌اندازی بازارچه‌های مرزی می‌باشد.

کمک به رونق بخشیدن تولید کالاهای صنعتی، معدنی، کشاورزی و نیز محصولات صنایع دستی استانهای مرزی، کمک به توسعه صادرات و ایجاد تعادل در تراز بازرگانی خارجی کشور، کسب درآمد ارزی و کمک به ایجاد تعادل در تراز ارزی کشور، جلوگیری از گسترش پدیده قاچاق کالا، پیشگیری از مهاجرت مردم مرزنشین و کمک به توسعه روابط سیاسی، فرهنگی و اقتصادی با کشورهای همسایه از دیگر هدفهای مهم دایر شدن بازارچه‌های مرزی است.

بازارچه‌های مرزی و تحریم‌ها

همان طوری که اشاره شد بازارچه‌های مرزی با اهداف و انگیزه‌های خاصی در جهت رفاه مردم مناطق مرز نشین شکل گرفتند و به ایفای چنین رسالتی می‌پردازند.

این درحالی است که بازارچه‌ها به صورت دائمی و رسمی فعالیتی ندارند، چرا که تنها در برهه‌های زمانی مختلف به یک صورت خاصی-فعال، نیمه فعال و یا تعطیل شده اند.

اکنون سؤال اینست، آیا بازارچه‌های مرزی در زمان شکل‌گیری و شروع تحریم‌های آمریکا می‌توانند نقشی در راستای کاستن از تاثیر تحریم‌های یک جانبه و نادرست داشته باشند، به نظر می‌رسد نیم نگاهی که مسئولان به این بازارها دارند به دنبال چنین نقشی برای این مناطق هستند، اما جدای از نگاه مسئولان باید با توجه به ظرفیت‌های چنین مناطقی و مؤلفه‌ها و متغیرهای داخله‌گر دیگر به این شرایط نگریم. مهم‌ترین مسئله این هست که آیا چند بازارچه در چند استان مرزی قابلیت دور زدن و کاستن از اثرات تحریم‌ها را دارند یا اینکه در نظر چنین است و در عرصه عمل قابلیت مانور زیادی ندارند.

به طور کلی ۱۶ استان مرزی آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی

اردبیل، کردستان، کرمانشاه، ایلام، خوزستان، بوشهر، هرمزگان، سیستان و بلوچستان، خراسان جنوبی، خراسان

رضوی، خراسان شمالی، گلستان، مازندران، گیلان نفر وجود دارند که تقریباً نصف جمعیت ایران را شامل می‌شوند. در این استان‌ها ۶۴ بازارچه به صورت فعال یا نیمه فعال و بیش از دو سوم آنها غیرفعال و راکد هستند. با وجود چنین شرایطی و ظرفیت موجود در این بازارچه‌ها اگر توانایی تامین نیازهای استان‌های مرزی خود را داشته باشند کمک قابل توجهی به اقتصاد کشور در دوران تحریم‌ها خواهند کرد. موقعیت جغرافیایی ایران با توجه به همسایگی با ۱۵ کشور موقعیتی بی نظیر است و این بازارچه‌ها را قادر به عملیاتی کردن اهداف خود در جهت کمک به رفاه مردمان استان‌های مرزی و کمک به اقتصاد کشور خواهد کرد.

۳-۴ شرکت در هیئت‌های اعزامی یا مشارکت در جلسات هیئت‌های تجاری در کشور

یکی از اهرم‌های مناسب توسعه صادرات و بسط روابط اقتصادی با کشورهای هدف، اعزام هیئت‌های تجاری اقتصادی و بازاریابی به کشورهای مذکور بوده است. بی‌شک با اعزام یک هیئت تجاری به خارج از کشور نسبت به سفرهای تجاری انفرادی می‌توان به مذاکرات عمق بیشتری بخشید و حتی اولین ملاقات و مذاکره با طرف‌های مورد نظر، می‌تواند منتج به عقد قراردادهای قطعی و واقعی تجاری گردد.

دستاوردهای حرکت‌های انفرادی و شخصی و مسافرت به کشورهای دیگر حتی اگر به صورت کاملاً علمی و تخصصی برنامه‌ریزی و اجرا گردد، علاوه بر داشتن هزینه‌های بسیار بالا، امکان مذاکره و حضور در جلسات با مقامات ارشد کشور هدف را نخواهد داشت، در صورتی که در جمع یک هیئت، نه فقط تمام مزایایی که در حرکت انفرادی وجود دارد، بلکه دستاوردهای بسیار بالاتر تجاری و اقتصادی حاصل می‌گردد و این در حالی است که اعزام یک هیئت کاملاً با برنامه و حساب شده صورت گیرد.

به استناد بند الف ماده هشت دستورالعمل حمایت از صادرات غیرنفتی کشور و به منظور گسترش سهم بازار کالاها و خدمات صادراتی، حضور و ماندگاری در بازارهای هدف و دستیابی به اهداف صادراتی کشور، پرداخت بخشی از هزینه‌های پذیرش هیئت‌های تجاری، بازاریابی و سرمایه‌گذاری در صورت تأمین منابع مالی لازم در چارچوب آیین‌نامه مشخص قابل پرداخت می‌باشد.

علاوه بر سازمان توسعه تجارت ایران، سازمان‌های ذیل نیز مجری اعزام هیئت‌های تجاری ایرانی به خارج از کشور و همچنین پذیرش و میزبانی هیئت‌های تجاری بین‌المللی در کشور می‌باشند:

اتاق های بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، اتحادیه ها، انجمن ها، تشکل های صادراتی و صندوق های غیردولتی توسعه صادرات، اتاق مرکزی تعاون ایران، سازمان های بازرگانی استان های کشور، نمایندگی ها و رایزنان بازرگانی ایران در خارج از کشور، مجریان نمایشگاه های بین المللی تخصصی-داخلی دارای مجوز، شرکت های خدمات مسافرتی بین المللی مجاز که صلاحیت های فنی و اجرایی آن ها به تأیید مراجع ذیربط و سازمان توسعه تجارت ایران رسیده باشد

۳-۵ نمایشگاه های بین المللی^{۱۴}

یکی از بهترین منابع بازاریابی جهت برقراری ارتباط با شرکای خارجی، شرکت در نمایشگاه های بین المللی می باشد. با انتخاب یک نمایشگاه مناسب در زمان درست، مشارکت حساب شده و یا حتی تنها با بازدید از آن می تواند به نتایج مطلوبی در جهت بسط بازار و یافتن خریداران بین المللی دست یافت.

جهت اطلاع از تقویم نمایشگاه های بین المللی، علاوه بر سایت سازمان توسعه تجارت، می توان با مراجعه به وب سایت های زیر به لیست نمایشگاه های دلخواه دست یافت.

۳-۶ مطالعه میدانی - منطقه ای^{۱۵}:

در صورتی که ترتیب بندی جاری، سایر روش های بازاریابی نتیجه بخش نباشند، این روش اتخاذ می گردد که معمولاً به عنوان روش نهایی بازاریابی بین المللی در ترتیب مذکور مورد نظر قرار می گیرد.

در این روش که زمان و هزینه بر نیز می باشد، هیئتی از کارشناسان بازرگانی و فنی یک شرکت مستقیماً به کشور هدف مورد نظر اعزام می گردند و به مطالعه و بررسی میدانی بازار و همچنین شناسایی خریداران می پردازند. ثبت شرکت، اعطا یا اخذ نمایندگی، عقد قرارداد فروش یا توزیع و همچنین عقد قرارداد به منظور بازاریابی مستقیم با شرکت های بومی، در کشور هدف نیز شامل این روش می گردند.

مبحث چهارم: دیپلماسی اقتصادی

^{۱۴} International Exhibition

^{۱۵} Field-regional studies

ایران به عنوان یک قدرت بالقوه اقتصادی در جهان در جایی واقع شده که 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، دریای خزر و خلیج فارس را که دو منبع انرژی محسوب می‌شوند، به هم متصل می‌کند و توانایی صادرات گاز به بزرگ‌ترین بازارهای مصرف جهان یعنی هند، چین و اتحادیه اروپا و برق به همسایگان را دارد. (طباطبایی، سید علی، ۱۳۸۸، ۵)

بر همین اساس، توجه و تمرکز به ظرفیت بازار بزرگ منطقه، پیشران تحقق برون‌گرایی سیاست‌های اقتصادی و تجاری کشور خواهد بود. دستیابی به بازار کشورهای همسایه، در کنار نقش‌آفرینی همه نهادهای دولتی، تکالیف و وظایف سنگینی را متوجه وزارت‌خانه‌های صنعت، معدن و تجارت، امور خارجه و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران می‌کند. گام اول در برون‌گرایی اقتصادی و توسعه صادرات غیرنفتی، حضور تولیدات و کالاهای ایرانی در بازار همسایگان است. بازار کشورهای منطقه اطراف ایران به دلایلی همچون سهولت دسترسی (وجود مرزهای زمینی و دریایی مشترک که باعث کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل می‌شود)، موقعیت ممتاز ژئوپلیتیکی ایران، وجود اشتراکات فرهنگی، مذهبی، زبانی و تمدنی، محوریت ترانزیتی ایران و امکان صادرات مجدد کالاهای تولید ملی به بازارهای فرامنطقه‌ای از طریق کشورهای همسایه (در نتیجه کاهش آثار تحریم‌ها بر تجارت خارجی)، دارای اهمیت راهبردی هستند و در هر برنامه‌ای برای توسعه تجارت خارجی و صادرات کالاهای ایرانی، باید در اولویت قرار گیرند. در واقع، بر اساس سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، ایران باید کشور اول منطقه از نظر اقتصادی و صادرات محصولات باشد. اما در حال حاضر جایگاه ایران در منطقه از نظر صادرات، پس از کشورهایمانند امارات، عربستان و ترکیه قرار دارد.^{۱۶}

دیپلماسی اقتصادی راهی موثر در راستای افزایش رشد اقتصادی و مقاوم کردن اقتصاد کشور با توجه به بازگشت تحریم‌های اقتصادی است. برای رسیدن به چنین هدفی باید ایران اقتصاد قوی و اقتدار ملی داشته باشد. بنابراین دیپلماسی اقتصادی به مفهوم اهمیت یافتن مناسبات اقتصادی در روابط خارجی، یکی از ابزارهای مهم پیشبرد اهداف بلندمدت و راهبردی کشورها برای کمک به تحقق اهداف اقتصادی و در نهایت افزایش رشد و توسعه اقتصادی به حساب می‌آید. به همین دلیل، اولویت دولت‌های یازدهم و دوازدهم، دیپلماسی اقتصادی و توجه به همسایگان در برنامه دولت و وزارت امور خارجه است. هدف این پژوهش، بررسی راهبرد نوین سیاست خارجی دولت دوازدهم در توجه به دیپلماسی اقتصادی و بازارهای منطقه در دوران افزایش تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی است.

نگاه کنید به سند تفصیلی برنامه ششم توسعه، ۱۳۹۴، ۱۶

۴-۱۱ آثار تقویت روابط اقتصادی با همسایگان

تقویت سیاست همسایگی در بازارهای منطقه‌ای، باعث افزایش نفوذ ایران در منطقه و تثبیت دامنه نفوذ اقتصادی و تجاری در اقتصاد کشورهای همسایه می‌شود. این مهم نیازمند یک سیاست خارجی پویا و تقویت دیپلماسی اقتصادی است. در این راستا، توسعه روابط همه جانبه و پایدار با همسایگان، از مهم ترین راهبردها و اولویت های سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در دولت دوازدهم به شمار می رود. این راهبرد آثار زیر را به دنبال دارد:

۴-۱-۱ بازدارندگی در برابر منابع بی ثباتی و ناامنی منطقه ای

تقویت منافع ملی برای سیاست خارجی کشورهای در حال توسعه ضروری است. اقتصاد قوی به محیطی امن و با ثبات در پیرامون کشورها وابسته است و امنیت و ثبات منطقه ای نیز نیازمند وجود رشد و رفاه اقتصادی است. بعد از خروج از برجام، فشارهای اقتصادی و سیاسی ایالات متحده آمریکا علیه منافع کشور مشکلات مختلفی را در مقابل ایران به وجود آورده است. توجه هرچه بیشتر به اقتصاد مقاومتی و دیپلماسی اقتصادی با همسایگان با توجه به موقعیت جغرافیایی ایران به چند طریق از بی ثباتی و ناامنی منطقه ای جلوگیری می کند و در نتیجه، موجب رسیدن به اهداف استراتژیک و توسعه ای جمهوری اسلامی ایران است.

۴-۱-۲ بازدارندگی در برابر آثار تحریم ها

با تقویت دیپلماسی اقتصادی با همسایگان از طریق جلوگیری از انزوای ایران به دلیل پرهزینه کردن سیاست های تحریمی و همچنین جلوگیری از برگشت پذیری تحریم ها، می توان از چالش ها و تهدیدات ناشی از تحریم ها جلوگیری کرد. با در نظر گرفتن جمعیت چند صد میلیونی همسایگان، می توان به بازار همسایگان به عنوان بازار مصرف و تامین کننده مواد اولیه نگاه کرد. در واقع، با استفاده از دیپلماسی اقتصادی، بازار همسایگان می تواند نقش بازارهای بزرگی را برای صادرات محصولات و خدمات ایران ایفا کند. به همین دلیل تحلیل روابط تجاری با همسایگان در راستای افزایش قدرت اقتصادی ایران اهمیت زیادی دارد.

راهکارهای تقویت دیپلماسی اقتصادی و توجه به بازار همسایگان (پورلک، فاطمه، ۱۳۹۵، ۳۴۷)

اگرچه اولویت دولت، تقویت دیپلماسی اقتصادی و گسترش روابط با همسایگان بوده است، اما برای بهبود در برنامه های عملیاتی دولت، راهکارهایی وجود دارد.

ایجاد شبکه ای از روابط راهبردی با محوریت کشورهای دوست و خصوصا همسایگان با توجه به بسترهای مشترک تاریخی و فرهنگی؛

استفاده از بستر سازمان ها و نهادهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در جهت ارتقاء تعامل اقتصادی با کشورهای همسایه؛

استفاده از پیمان‌های دوجانبه تجاری و ارزی و ایجاد بازار بین بانکی معاملات ربالی و ارزی با کشورهای منطقه؛

دولت باید نگاه ائتلاف جو با در نظر گرفتن مواضع و منافع خود داشته باشد و تعاملات خود را با کشورهای قدرتمند منطقه مانند ترکیه، روسیه و هند تقویت کند؛

استفاده از ظرفیت رسانه ای و بهره مندی از شبکه های برون مرزی برای نشان دادن توانمندی های تجاری واقعی ایران به ملت های منطقه؛

ایجاد زمینه سرمایه گذاری های خارجی از طریق تبلیغ ظرفیت های اقتصادی ایران در کشور میزبان؛

تقویت دیپلماسی عمومی و شرکت فعال بخش خصوصی واقعی (کارآفرینان، صنعتگران و بازرگانان) در بازار کشورهای همسایه؛

تشکیل شورای هماهنگی دیپلماسی اقتصادی متشکل از وزارت صنعت، معدن و تجارت با بازوی اجرایی سازمان توسعه تجارت، وزارت امور خارجه با بازوی معاونت تازه تاسیس دیپلماسی اقتصادی و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، به‌عنوان بالاترین نهاد بخش خصوصی به منظور تسریع در تصمیم گیری ها و کاهش موازی کاری؛

تدوین سند یکپارچه دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با تاکید بر مشارکت نخبگان و پژوهشگران در طراحی ادبیات دیپلماسی اقتصادی. (عرب پور، ۱۳۹۸، ۵)

نتیجه گیری:

دیدگاهی که در میان کارشناسان و چهره‌های سیاسی مطرح می‌شود آن است که می‌توان با محور قرار دادن تولیدات داخلی و فعالسازی ظرفیت‌های اقتصادی در داخل در کنار اولویت دهی به روابط تجاری با همسایگان در دوره‌ای نه چندان بلندمدت به اهداف تجاری و مبادلاتی دست پیدا کرد.

صادرات محصولات و خدمات دانش بنیان نیز در مقایسه با صادرات سایر تولیدات غیرنفتی، ارزشافزوده اقتصادی بالاتری دارند و همچنین قابلیت تأثیر قابل توجهی در ارتقای سطح فناوری دیگر بخشها نیز دارند. به همین را میتوان به‌عنوان یکی از شاخصهای مهم میزان «صادرات محصولات و خدمات با فناوریهای بالا» دلیل تحقق اقتصاد دانشبنیان و اقتصاد مقاومتی دانست. با وجود اینکه به‌طور مکرر در سیاستها و قوانین کشور بر موضوع توسعه صادرات این بخش تأکید شده است. (فصیحی، ۱۳۹۷، ۲۹)

برای توسعه کشور، نیاز جدی به تعامل با اقتصاد جهانی وجود دارد. دیپلماسی اقتصادی یکی از مهم ترین ابزارها برای رسیدن به جایگاه اول منطقه است. واگذاری مسئولیت های مربوط به اقتصاد مقاومتی به وزارت امور خارجه، توجه به دیپلماسی اقتصادی بر اساس ظرفیت های داخلی و تعامل در روابط اقتصادی خارجی را اهمیتی دوچندان بخشیده است. با استفاده از راهکارهایی همچون ایجاد شبکه ای از روابط راهبردی با همسایگان، استفاده از پیمان های دوجانبه ارزی و تشکیل شورای هماهنگی دیپلماسی اقتصادی می توان نقش دیپلماسی اقتصادی را در تقویت منافع ملی و اقتدار بین المللی کشور افزایش داد.

بنابراین توجه هرچه بیشتر به اقتصاد مقاومتی و کاربست دیپلماسی اقتصادی با همسایگان با توجه به موقعیت جغرافیایی، ژئوپلیتیکی و ژئواستراتژیکی ایران به چند طریق بازدارنده بی ثباتی و ناامنی منطقه‌ای و در نتیجه، راهگشای اهداف استراتژیک و توسعه‌ای جمهوری اسلامی ایران است.

با توجه به اینکه اشتراکات ایران با کشورهای همسایه و پیرامونی، بیشتر از دیگر کشورها در نقاط مختلف جهان است و اکثر آنها فارسی‌زبان یا مسلمان هستند و از طرفی به لحاظ جغرافیایی نزدیک هستند، اینها همه نکته های قابل اهمیتی هستند جهت اینکه زمینه های لازم در راستای گسترش توسعه تعاملات تجاری با این کشورها فراهم است. (ملکی، ۱۳۹۸)

برای کاهش آسیب پذیری ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشور و مصون ماندن از نوسانات غیرعادی قیمت نفت و جلوگیری از وقفه در اجرای برنامه های اقتصادی کشور، رشد و توسعه صادرات غیرنفتی و ایجاد تنوع در ترکیب درآمدهای ارزی کشور راه حلی ضروری، اجتناب ناپذیر و غیرقابل انکار است که باید جدی گرفته شود و موانع تحقق این مهم هرچه سریعتر برطرف شود. (محنت فر، خاکپور، ۱۳۸۳، ۱۰۹)

منابع و مآخذ:

- ۱- طباطبایی، سیدعلی (۱۳۸۸). «بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن». فصلنامه مطالعات سیاسی، ش ۵.
- ۲- شیروی، عبدالحسین (۱۳۹۸)، حقوق تجارت بین الملل، تهران، انتشارات سمت
- ۳- پورلک، فاطمه (۱۳۹۵). «چالش‌ها و ضرورت‌های دیپلماسی اقتصادی ایران و الزامات آن در حوزه سیاست خارجی». فصلنامه مجلس و راهبرد، سال بیست و سوم، شماره ۸۸
- ۴- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۳۸۷). «ضرورت‌ها و کارکرد دیپلماسی در سیاست خارجی توسعه‌گرا». مجموعه مقالات کنفرانس ملی سیاست خارجی توسعه‌گرا، گردآورنده سیدمسعود موسوی شفیعی، زیر نظر محمود واعظی، تهران، نشر: مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک
- ۵- بشیری، عباس (۱۳۹۳). گفتمان اعتدال: گذری بر آراء و اندیشه‌های دکتر حسن روحانی. تهران: انتشارات تیسرا
- ۶- زین‌البیان، اکرم، ۱۳۹۷ استناد به تحقیقات و پژوهش‌های معاونت پژوهش‌های اقتصادی اتاق بازرگانی
- ۷- عرب پور، امیر حسین (۱۳۹۹)، راهبرد سیاست خارجی دولت دوازدهم در توجه به دیپلماسی اقتصادی و بازارهای منطقه در دوران افزایش تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی، دفتر مطالعات دیپلماسی اقتصادی
- ۸- افضل‌ی، رسول، کیانی، وحید، (۱۳۹۲)، بررسی و ارزیابی کیفی وضعیت روابط خارجی ایران در برنامه چهارم توسعه، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۱، شماره ۱
- ۹- حائری، علیرضا، ۱۳۹۹، الزامات توسعه صادرات غیر نفتی، پایگاه تحلیلی-خبری اقتصاد ایران
- ۱۰- سند تفصیلی برنامه ششم توسعه (۱۳۹۴)
- ۱۱- فصیحی، محمدمبین، ۱۳۹۷، چالش‌ها و راهکارهای توسعه صادرات محصولات و خدمات دانش بنیان، معاونت پژوهش‌های زیربنایی و امور تولیدی



هفتمین همایش سالانه اقتصاد مقاومتی



۱۲- خلاصه گزارش عملکرد قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۷، تهران، سازمان برنامه و بودجه کشور، مرکز اسناد، مدارک و انتشارات، ۱۳۹۸

۱۳- محنتفر، یوسف، خاکپور، حسین، ۱۳۸۳، ارزیابی میزان صادرات غیرنفتی و اثر آن بر رشد اقتصادی در ایران، مجله اقتصادی سال پنجم شماره های ۵۱ و ۵۲

برداشت از دو منبع انگلیسی:

۱- Ali Özcan, Nihat, Özdamar, Özgür, ۲۰۱۰, Uneasy Neighbors: Turkish-Iranian Relations Since the ۱۹۷۹ Islamic Revolution

۲- Zarifian, Julien, ۲۰۰۹, Iran and Its Two Neighbours Armenia and Azerbaijan: Resuming Relationships under America's Suspicious Eyes, Published by: Brill

سایتها:

<https://plan6.mporg.ir>-۱

<http://www.pana.ir/news>-۲

<https://ixport.ir/international-marketing/>-۳

<https://www.irna.ir/news>-۴

<https://iranthinktanks.com/>-۵

چکیده به زبان انگلیسی:

With the withdrawal of the United States from Barjam and the imposition of sanctions against Iran one of the most important goals of the country is to develop trade relations with the countries of the region and ۱۵ neighboring countries, Especially in the commercial and economic spheres And in the domestic

dimension, relying on the economic power of the country and strengthening the native trade, Prosper production, support producers and remove widespread administrative barriers in the way of economic actors and traders And of course there has been an increase in non-oil exports In a way, it can reduce the dependence of the country's income on oil revenues Only some of the most important axes of solving economic problems are through attention to the inside. And in the foreign dimension, other solutions from paying attention to Iran's commonalities with neighboring countries And periphery, more than other countries in different parts of the world, some of which are Persian-speaking or Muslim And on the other hand are geographically close, These are important points to ensure the expansion and development of trade interactions with these countries Of course, in this regard, after the withdrawal of the United States from Borjam Deputy Minister of "Economic Diplomacy" at the Ministry of Foreign Affairs were created With the approach and priority of developing trade issues and mobilizing domestic and foreign facilities to solve foreign trade problems Also based on upstream documents, especially the twenty-year vision up to ۱۴۰۴, Economic development will not be achieved unless all capacities, including "economic diplomacy" in foreign policy, are fully and effectively used. At the regional level, by supporting domestic production and considering sufficient facilities for export development And establishing more interaction with neighboring countries that have more cultural, linguistic, religious and economic commonalities with our country Raising the standard level of production and increasing non-oil exports and knowledge-based services and products And increase facilities to raise the level of knowledge and scientific and industrial achievements Take steps to develop trade and economic interactions Therefore, the authors of this article try to pay attention to and analyze Iran's development-oriented approach in the situation of unilateral sanctions In this direction, using descriptive-analytical research method and using data As a library, we will try to deepen and analyze the content.

کلید واژگان به انگلیسی:

Economic Development, International Trade Law, Unilateral Sanctions



هفتمین همایش سالانه اقتصاد مقاومتی

