

Commercial Diplomacy, Fundamental Strategy in the Foreign Policy of the Islamic Republic of Iran (Case Study: Turkey)

Hossein Roozbeh

Assistant Professor, International Relations, Imam Hossein University, Tehran, Iran,
drhosseinroozbeh@chmail.ir

Morad delalat

PhD student in Political Geography, Kharazmi University, Tehran, Tehran, Iran,
moraddelalat@yahoo.com

Abstract:

Trade diplomacy brings Iran into a new space that must cross geographical borders and establish a stronger economy than in the past. In fact, the lack of active economic diplomacy and the negative trade balance have, in practice, led to the import and smuggling of foreign goods into the country. Therefore, trade diplomacy should provide a platform for the export of high quality domestic goods in the consumer markets of other countries, especially neighboring countries. Turkey, as one of Iran's neighbors, is a good opportunity to export domestically produced goods. Because cultural, social and religious affinities; The similarity in the demand for goods and services and the reduction of transportation costs, which makes Iranian goods competitive, is the advantage of trade with Turkey. Iranian traders and traders should take advantage of this opportunity and increase the influence of Iranian goods in the Turkish market. To strengthen these relations, strategies such as: forming export consortia, reforming trade methods and holding specialized exhibitions of Iranian goods to increase exports to Turkey, which to achieve this, requires the efforts of trade officials and dynamic economic diplomacy, especially in the face of sanctions.

Keywords: diplomacy, trade diplomacy, foreign policy, Turkey

JEL Classification: F18, F29,F38, O13,O16,O32,O60

دیپلماسی تجاری، راهبردی بنیادین در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران^۱

(مطالعه موردی: کشور ترکیه)

حسین روزبه

نویسنده مسئول، استادیار، روابط بین الملل، دانشگاه جامع امام حسین، تهران، ایران
drhosseinrozbeh@chmail.ir

مراد دلالت

دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی دانشگاه خوارزمی تهران، تهران، ایران
moraddelalat@yahoo.com

چکیده

دیپلماسی تجاری، ایران را وارد یک فضای جدید می‌کند که باید از مرزهای جغرافیایی گذر کند و اقتصاد مستحکم‌تری را نسبت به گذشته پایه‌گذاری نماید. در واقع نبود دیپلماسی فعال اقتصادی و تراز منفی تجاری، در عمل به واردات و قاچاق کالاهای خارجی به داخل کشور ختم شده است؛ بنابراین دیپلماسی تجاری باید بستر صادرات کالاهای مرغوب و با کیفیت داخلی در بازارهای مصرف کشورهای دیگر به ویژه همسایگان را فراهم کند. ترکیه به عنوان یکی از همسایه‌های ایران، فرصت مناسبی برای صادرات کالاهای تولید داخل است چرا که قرابت‌های فرهنگی، اجتماعی و مذهبی، شباهت در تقاضای کالا و خدمات و کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل که سبب رقابت‌پذیری کالاهای ایرانی می‌شود، مزیت تجارت با کشور ترکیه است. تجار و بازرگانان ایرانی باید از این فرصت استفاده کنند و نفوذ کالاهای ایرانی در بازار ترکیه را افزایش دهند. برای تقویت این مناسبات، راهکارهایی همچون: تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی، اصلاح شیوه‌های تجارت و برگزاری نمایشگاه‌های

^۱ این مقاله دسترسی آزاد تحت مجوز/ <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> است.

تخصصی کالاهای ایرانی در جهت افزایش میزان صادرات به ترکیه پیشنهاد می شود که رسیدن به این مهم، همت مسئولان تجاری و دیپلماسی اقتصادی پویایی را به ویژه در شرایط تحریم می طلبد.

واژگان کلیدی: دیپلماسی، دیپلماسی تجاری، سیاست خارجی، ترکیه

طبقه بندی JEL: F12, F18, F29, F38, O13, O16, O32, O60

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۳ تاریخ بازبینی: ۱۴۰۰/۰۹/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۱۵
فصلنامه راهبرد اقتصادی، سال ۱۰، شماره ۴، پیاپی ۳۹، زمستان ۱۴۰۰، صص ۸۸۱-۹۱۵

مقدمه

دیپلماسی در فرآیند مهم جهانی شدن و توسعه اقتصادی و روابط تجاری بین کشورها دارای نقش مهمی است در این بین دیپلماسی تجاری شامل تمام مفاهیم حمایتی و ترویجی کسب و کار از جمله صادرات و واردات، سرمایه‌گذاری، توریسم، علم و فناوری، حمایت از مالکیت فکری و ... می‌باشد. بر این اساس کشورها نیاز دارند تا در قالب‌های حقیقی یا حقوقی و یا در ساز و کارهای خصوصی یا دولتی از دیپلمات‌های تجاری خود در کشورهای هدف بهره ببرند که به نوعی عهده‌دار تسهیل تجارت در زمینه‌های صادرات و واردات، سرمایه‌گذاری، گردشگری، توسعه علم و فناوری و سایر امور تجاری فی‌مابین از طریق پشتیبانی، هماهنگی، ارتباطات، تبادل اطلاعات و ... باشد. یکی از ضروریات طراحی اهداف و راهبردهای سیاست و دیپلماسی تجاری، شناخت برنامه‌ها و طرح‌های کشورهای است که دارای بیشترین اهمیت در حوزه رقابت و همکاری با یک کشور هستند؛ در این میان فراهم بودن بسترها و زمینه‌های تعامل دیپلماسی تجاری هر کشور با طرف‌های تجاری، بدون شک در شکل‌گیری یک دیپلماسی تجاری موفق و جهت‌گیری‌های آینده آن مؤثر است چرا که این امکان را برای تصمیم‌گیران در

حوزه سیاست خارجی و بازرگانی فراهم می‌سازد تا در تدوین استراتژی بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت، نگاه جامع به روابط دو جانبه و منطقه‌ای داشته و پیشاپیش برای حفظ و تقویت موقعیت تجاری و اقتصادی کشور بر اساس منافع ملی برنامه‌ریزی کنند. بدین ترتیب یک دیپلماسی تجاری موفق در شرایط خوش‌بینانه می‌تواند موجب رشد وابستگی متقابل اقتصادی کشورها از طریق گستردگی حجم و تنوع مبادلات کالا و خدمات و جریان آزاد سرمایه و نیروی کار و همچنین دسترسی سهل‌تر به فناوری شود.

با توجه به اینکه موقعیت جغرافیایی کشور موقعیتی منحصربه‌فرد بوده و برای صادرات کالا و خدمات بسیار مؤثر است؛ در نتیجه تسریع در ورود سرمایه‌گذاری‌های خارجی و صادرات کالا، منافع متقابلی را برای ایران و فعالان اقتصادی بین‌الملل و حتی سایر کشورهای طرف همکاری به دنبال دارد. در همین راستا توجه به بازار مصرف کشورهای همسایه را نباید از نظر دور داشت؛ نزدیکی‌های فرهنگی، اجتماعی و مذهبی که تا حد زیادی همسان‌سازی و شباهت در تقاضای کالا و خدمات را به دنبال داشته و از سوی دیگر مجاورت جغرافیایی که ضمن کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل، رقابت‌پذیری کالاها را افزایش می‌دهد از جمله محاسن تجارت با کشورهای همسایه است.

بدین منظور لازم است با شناسایی نقاط ضعف و قوت داخلی و تحلیل محیط بین‌المللی، بهترین و اثربخش‌ترین راهبرد در خصوص کشورهای مورد مطالعه، تدوین و اجرا شود. با توجه به آنچه بیان شد و با توجه به موقعیت عالی ایران نسبت به این منطقه، لازم است نگاهی ویژه و همه‌جانبه به گسترش روابط با برخی کشورهای طرف تجاری و به خصوص کشور ترکیه معطوف شود؛ چرا که ترکیه در حوزه تجارت جزو ۱۰ کشور عمده طرف تجاری با ایران بوده و بررسی وضعیت این کشور از جنبه‌های مختلف می‌تواند به ارائه راهبرد مناسب در زمینه تجارت با این کشور کمک شایانی ارائه نماید. در نتیجه لازم است رفتارهای جمعی مشخص و برنامه‌ریزی شده‌ای با علم به ویژگی‌های این کشور در قالب دیپلماسی تجاری تدوین شود تا مسیر توسعه روابط اقتصادی ایران با کشور ترکیه

هموارتر شود. سؤال اصلی مقاله این است راهبرد بنیادین سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در دیپلماسی تجاری در منطقه به ویژه کشور هدف مورد مطالعه ترکیه چه عواملی می‌باشد؟

۱- مباحث نظری

۱.۱. دیپلماسی تجاری

تجارت و مسائل پیرامون آن از گذشته تا کنون یکی از مسائل مهم اقتصادی هر کشور و همواره مورد توجه بوده است. با گذشت زمان، کشورها به اهمیت دیپلماسی در تجارت پی برده‌اند و دیپلماسی تجاری را این چنین تعریف کرده‌اند: کشورها با توجه به توانایی‌ها و منافع ملی و اقتصادی خود می‌کشند تا در قالب استراتژی‌های خاصی مثل استراتژی‌های جایگزینی واردات یا توسعه صادرات، اهداف خاص و عملیاتی مانند توسعه صادرات یا جذب سرمایه‌گذاری خارجی با استفاده از ابزارهای خاصی نظیر ابزارهای تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای را تعقیب کنند (بزرگی، ۱۳۹۳).

دیپلماسی تجاری به فرآیند مواجهه با دنیای خارج برای به دست آوردن بیشترین منافع در کلیه حوزه‌های فعالیت از جمله تجارت، سرمایه‌گذاری و سایر اشکال مبادلات اقتصادی در زمینه‌های برخوردار از مزیت نسبی در سطوح دوجانبه، منطقه‌ای و چندجانبه خلاصه می‌شود (Baine and Woolcock, 2003).

همچنین این مفهوم به مذاکره در مورد موافقت‌نامه‌های تجاری در سطوح دو جانبه، منطقه‌ای یا چند جانبه، تعریف شده است (Kostecki and Naray, 2007). دیپلماسی تجاری فرآیند برقراری ارتباط و تعامل میان یک کشور با جهان بیرون است؛ فرآیندی که با هدف حداکثرسازی دستاوردهای ملی در تمامی حوزه‌های فعالیت از جمله تجارت، سرمایه‌گذاری و سایر مبادلات اقتصادی که یک کشور در آن‌ها دارای مزیت نسبی است را در برمی‌گیرد و در اشکال دو جانبه، منطقه‌ای و جهانی صورت می‌گیرد (Rana, 2007).

دیپلماسی تجاری مجموعه‌ای از اقدامات (هم در مورد روش‌ها و هم در مورد

فرآیندهای تصمیم‌گیری بین‌المللی) است که با فعالیت‌های اقتصادی برون‌مرزی نقش‌آفرینان دولتی و غیردولتی در جهان واقع ارتباط دارد. این فعالیت‌های اقتصادی شامل سرمایه‌گذاری، صادرات، واردات، قرض‌دادن، کمک و اعانه، مهاجرت و ... می‌شوند (Baine and Woolcock, 2003). مهم‌ترین عاملی که دیپلماسی اقتصادی را از دیپلماسی تجاری متمایز می‌نماید شمولیت آن است؛ حوزه دیپلماسی اقتصادی بسیار کلان است در حالی که حوزه شمولیت دیپلماسی تجاری محدود به تجارت خارجی است.

۲-۱. ساختار نهادی دیپلماسی تجاری

یکی از عواملی که در مفهوم بندی دیپلماسی تجاری اهمیت زیادی دارد، ساختار نهادی دیپلماسی تجاری است. مقصود از ساختار نهادی، ترتیب و ارتباط‌های پیش‌برنده اهداف دیپلماسی تجاری است. رانا^۱ (۲۰۰۷) به بررسی ترتیبات سازمانی دیپلماسی تجاری در کشورهای مختلف پرداخته است که نتیجه آن در جدول شماره ۱ درج گردیده است:

جدول (۱): ترتیبات سازمانی دیپلماسی تجاری در کشورهای مختلف

آمریکا، چین، لهستان، فرانسه، روسیه، آفریقای جنوبی
ترویج تجارت بخشی از سیاست خارجی است / وزارت بازرگانی مسئول پیشبرد دیپلماسی تجاری است.
استرالیا، نیوزلند، کانادا
امور تجاری و امور خارجی تفکیک شده است / وزارت امور خارجی مسئول پیشبرد دیپلماسی تجاری است
انگلستان، سنگاپور
این کشورها از مکانیزم هماهنگی پیروی می‌کنند / مسئولیت پیشبرد دیپلماسی تجاری به عهده وزارت امور خارجه و وزارت بازرگانی است

^۱Rana

سوئد، نروژ، دانمارک، فنلاند، ایسلند
امور تجاری و امور خارجی در وزارت امور خارجه ادغام شده است/ وزارت امور خارجه مسئول پیشبرد دیپلماسی تجاری است
ژاپن، کره جنوبی، ایتالیا، آلمان
این کشورها نمایندگی توسعه تجارت دارند/ وزارت بازرگانی مسئول پیشبرد دیپلماسی تجاری است
کشورهای کوچک و متوسط (در حال توسعه)
امور تجاری و امور خارجی تفکیک شده است/ وزارت امور خارجه مسئول دیپلماسی تجاری است
آمریکا، چین، لهستان، فرانسه، روسیه، آفریقای جنوبی
ترویج تجارت بخشی از سیاست خارجی است/ وزارت بازرگانی مسئول پیشبرد دیپلماسی تجاری است.
استرالیا، نیوزلند، کانادا
امور تجاری و امور خارجی تفکیک شده است/ وزارت امور خارجی مسئول پیشبرد دیپلماسی تجاری است
انگلستان، سنگاپور
این کشورها از مکانیزم هماهنگی پیروی می کنند/ مسئولیت پیشبرد دیپلماسی تجاری به عهده وزارت امور خارجه و وزارت بازرگانی است
سوئد، نروژ، دانمارک، فنلاند، ایسلند
امور تجاری و امور خارجی در وزارت امور خارجه ادغام شده است/ وزارت امور خارجه مسئول پیشبرد دیپلماسی تجاری است
ژاپن، کره جنوبی، ایتالیا، آلمان
این کشورها نمایندگی توسعه تجارت دارند/ وزارت بازرگانی مسئول پیشبرد دیپلماسی تجاری است
کشورهای کوچک و متوسط (در حال توسعه)

امور تجاری و امور خارجی تفکیک شده است/ وزارت امور خارجه مسئول
دیپلماسی تجاری است

مأخذ: Rana, 2007.

۳-۱. چالش‌های فراروی دیپلماسی تجاری ایران

این چالش‌ها در سه سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی قابل تبیین است (طباطبایی، ۱۳۸۸):

سطح ملی

- فقدان تعریف روشن از مفهوم و نبود اجماع داخلی در باب ضرورت‌ها.
- عدم تعیین کارگزار اصلی در این حوزه.
- الگوهای متفاوت و مبهم از توسعه.
- تسلط نگاه امنیتی تهدید محور بر سیاست خارجی.

سطح منطقه‌ای

سطوح منطقه‌ای و جهانی، سطوح عملیاتی دیپلماسی تجاری کشورها هستند که در صورت مهیا بودن شرایط و مؤلفه‌ها در سطح ملی و داخلی دیپلماسی اقتصادی می‌تواند اهداف مرتبط و تعریف شده را در این سطوح برآورده سازد. با این حال، دیپلماسی تجاری ایران در این دو سطح نیز با چالش‌هایی مواجه است که در سطح منطقه‌ای مواردی ذکر می‌شود:

- خاورمیانه به مثابه یک محیط امنیتی.
- اقتصادهای مشابه و نه مکمل.
- مبادلات اقتصادی فرا منطقه‌ای.
- ضعف نهادهای چندجانبه اقتصادی در منطقه.

سطح جهانی

- مداخله قدرت‌های بزرگ در ترتیبات امنیت منطقه‌ای.
- بحران‌های اقتصادی جهانی و پیامدهای منطقه‌ای برای خاورمیانه.

جدول (۲): نقشه راه دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر اساس

حوزه‌ها و نقش محوری آن‌ها

حوزه اقتصادی (۳)	حوزه سیاست خارجی (۱)	حوزه سازمان‌های عمل‌کننده (۲)
کارکردهای اقتصادی امنیت ملی	استراتژی همسایگی خوب	منطقه‌گرایی و ائتلاف استراتژیک
↓	↓	↓
روابط اقتصادی ایران و کشورها	استفاده از فرصت‌های استراتژیک	همکاری با کشور هدف در حوزه امنیتی و تسهیل مراودات اقتصادی
↓	↓	↓
معیارهای اقتصادی قدرت ملی	سیاست خارجی کنش‌گرا به جای کنش‌پذیر	مدیریت چالش‌ها حضور ایران در کشور هدف
	↓	↓
	تداوم گفت‌وگو مقاومت در مقابل سلطه	دیپلماسی عمومی ایران در کشور هدف
	↓	
	جهت‌گیری بر اساس سند چشم‌انداز	

مأخذ: باقری و همکاران، ۱۳۹۶

در مجموع می‌توان وظایف اقتصادی وزارت امور خارجه جمهوری اسلامی ایران

به عنوان مهم‌ترین نهاد درگیر در حوزه مناسبات و دیپلماسی اقتصادی را به شرح زیر دسته‌بندی کرد:

۱- حمایت از منافع اقتصادی جمهوری اسلامی و متناسب با اهداف توسعه‌ای کشور از طریق مختلف از جمله تماس با مؤسسات بازرگانی و انجام مذاکرات با مقامات بازرگانی و اقتصادی کشور هدف به منظور فراهم آوردن زمینه مناسب برای عقد قراردادهای تجاری بین‌المللی.

۲- ایجاد تسهیلات لازم در برقراری کانال روابط بین تجار ایران و بازرگانان کشورهای هدف.

۳- مراقبت دائم و جمع‌آوری اطلاعات از مرکزیت قدرت‌های اقتصادی در کشور هدف و ارسال آن به مراکز تصمیم‌گیری.

۴- جذب توریسم، گسترش صنعت توریسم و کمک به گسترش جهانگردی (طباطبایی، ۱۳۸۸).

پس از ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و دستورالعمل ابلاغی هیئت‌وزیران در تاریخ ۱۳۹۲/۱۲/۱۰ که در آن چارچوب وظایف و مأموریت‌های جدید وزارت امور خارجه با محوریت اقتصاد مقاومتی تعیین شد، شورای اقتصاد در جلسه ۱۳۹۳/۴/۲ به ریاست معاون اول ریاست جمهوری، برنامه پیشنهادی وزارت امور خارجه با عنوان (دیپلماسی اقتصاد مقاومتی) را به تصویب رساند که بند ۱۲ آن در راستای افزایش قدرت مقاومت و کاهش آسیب‌پذیری اقتصاد کشور، از طریق سیاست‌های راهبردی، راهکارهای زیر را تعیین کرده است:

۱- تنوع‌بخشی به توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان و به ویژه همسایگان.

۲- استفاده از دیپلماسی در راستای حمایت از اهداف اقتصادی.

۳- استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای (صبوری و همکاران، ۱۳۹۶).

۲- وضعیت تجاری ایران- ترکیه

واردات ترکیه از حدود ۲۳۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ به حدود ۲۱۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ کاهش یافته است که نشان می‌دهد به طور متوسط این شاخص سالانه ۱ درصد تنزل کرده است. در مقابل صادرات این کشور از ۱۴۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ به ۱۷۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است که نشان‌دهنده متوسط نرخ رشد سالانه ۳ درصدی است.

جدول (۳): روند تراز تجاری، صادرات و واردات کالایی ترکیه با جهان طی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۹-۲۰۲۰ (میلیون دلار)

سال	واردات	صادرات	تراز تجاری
۲۰۱۲-۲۰۱۳	۲۳۱,۶	۱۴۲,۴	-۸۹,۲
۲۰۱۳-۲۰۱۴	۲۲۷,۳	۱۶۱,۹	-۶۵,۴
۲۰۱۴-۲۰۱۵	۲۴۱,۷	۱۶۱,۸	-۷۹,۹
۲۰۱۵-۲۰۱۶	۲۳۲,۵	۱۶۸,۹	-۶۳,۶
۲۰۱۶-۲۰۱۷	۲۰۰,۱	۱۵۲	-۴۸,۱
۲۰۱۸-۲۰۱۷	۱۹۱	۱۵۰,۲	-۴۰,۹
۲۰۱۸-۲۰۱۹	۲۲۵,۱	۱۶۶,۲	-۵۸,۹
۲۰۱۹-۲۰۲۰	۲۱۶,۳	۱۷۴,۶	-۴۱,۷

Source: OECD (2019), Country statistical profiles: Turkey

ترکیه طی دوره (۲۰۱۲-۲۰۱۹-۲۰۲۰) همواره با کسری تجاری کالایی مواجه بوده است. کسری تجاری کالایی این کشور در سال ۲۰۱۲، در حدود ۸۹ میلیارد دلار بود که به واسطه رشد بیشتر صادرات از واردات، این کسری بهبود یافته و در سال ۲۰۱۹-۲۰۲۰ به حدود ۴۱/۷ میلیارد دلار کاهش یافته است.

در سال ۲۰۱۲، صادرات و واردات خدمات این کشور به ترتیب ۴۱ و ۲۱ میلیارد دلار، یعنی صادرات خدمات تقریباً دو برابر واردات خدمات بوده است. (جدول شماره ۴).

در سال ۲۰۱۶ صادرات خدمات این کشور در مقایسه با سال ۲۰۱۵ به ویژه سال ۲۰۱۴ کاهش شدیدی پیدا کرد که علت اصلی آن، مشکلات سیاسی در داخل و خارج این کشور بوده که جذب گردشگر به این کشور را با مشکل مواجه کرد؛ اما از آن سال به بعد، صادرات خدمات این کشور بهبود یافت. صادرات و واردات خدمات این کشور به طور متوسط طی ۲۰۱۲-۲۰۲۰ سالانه به ترتیب در حدود ۲/۳ و ۱/۶ درصد رشد داشته‌اند. در نتیجه، تراز تجاری خدمات این کشور به طور متوسط سالانه طی ۲۰۱۲-۲۰۱۹ در حدود ۳ درصد بهبود یافته است.

جدول (۴): روند تراز تجاری، صادرات و واردات خدمات ترکیه طی ۲۰۱۲-۲۰۲۰ (میلیارد دلار و جاری)

سال	واردات	صادرات	تراز تجاری
۲۰۱۲-۲۰۱۳	۲۰,۶	۴۰,۹	۲۰,۳
۲۰۱۳-۲۰۱۴	۲۲,۶	۴۳,۲	۲۰,۶
۲۰۱۴-۲۰۱۵	۲۴,۵	۴۸,۲	۲۳,۷
۲۰۱۵-۲۰۱۶	۲۶,۸	۵۱,۹	۲۵,۱
۲۰۱۶-۲۰۱۷	۲۲,۷	۴۶,۹	۲۴,۲
۲۰۱۷-۲۰۱۸	۲۲,۲	۳۷,۷	۲۵,۲
۲۰۱۸-۲۰۱۹	۲۴,۱	۴۴,۱	۲۰
۲۰۱۹-۲۰۲۰	۲۳,۱	۴۸,۱	۲۵

Source: OECD (2019), Country Statistical Profiles, Turkey

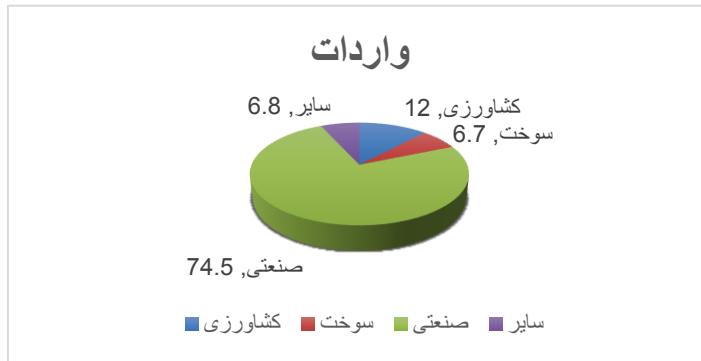
با توجه به وضعیت صادرات و واردات کالا و خدمات ترکیه، این کشور همواره طی ۲۰۱۹-۲۰۲۰-۲۰۱۲، دارای کسری در حساب جاری بوده است (به طور متوسط کسری حدود ۶۱ میلیارد دلار بوده است)؛ گرچه این کسری از ۸۹/۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲، با بهبود ۵/۳ درصدی سالانه، به ۴۱/۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰-۲۰۱۹ کاهش یافت. همان‌طوری که از جدول زیر مشاهده می‌شود عمده صادرات

و واردات این کشور کالاهای صنعتی است. بخش کشاورزی ۱۲ درصد صادرات و ۷/۸ درصد واردات این کشور را به خود اختصاص می‌دهد.

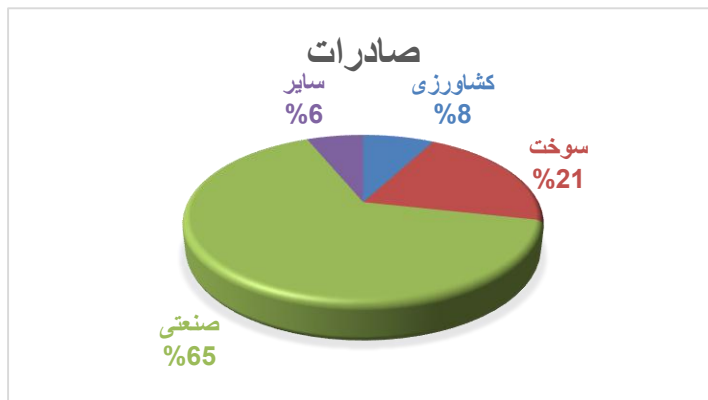
جدول (۵): ترکیب تجارت کالایی ترکیه (درصد)

سایر	صنعتی	ساخت	کشاورزی	
۶/۸	۷۴/۵	۶/۷	۱۲	صادرات
۶/۲	۶۵/۵	۲۰/۷	۷/۸	واردات

Source: OECD (2019), Country Statistical Profiles, Turkey



نمودار ۱: ترکیب تجارت کالایی واردات ترکیه (درصد)



نمودار ۲: ترکیب تجارت کالایی صادرات ترکیه (درصد)

ملاحظه می‌شود که ترکیه به واردات محصولات سوختی وابسته است؛ به نحوی که نزدیک ۲۱ درصد از واردات این کشور محصولات سوختی است. این کشور برای تولید محصولات صنعتی خود، لازم است واردات نفت را به عنوان منبع انرژی و نیز به عنوان مواد خام جهت پردازش انجام دهد.

بررسی ترکیب اقلام صادراتی کشور ترکیه نشان می‌دهد که نزدیک به ۲۱ درصد صادرات این کشور به پوشاک و مبلمان اختصاص دارد. وسایل نقلیه (۱۵ درصد صادرات)، سبزیجات، مواد غذایی و چوب (۱۳/۴ درصد)، سنگ و شیشه (۱۱/۲ درصد)، فلزات (۱۰/۵ درصد)، ماشین‌آلات (۹/۸ درصد) و پلاستیک و مواد شیمیایی (۸/۷ درصد) عمده‌ترین محصولات صادراتی این کشور هستند (WTO, Trade Profile: Turkey, (۲۰۱۸)).

بررسی ترکیب اقلام وارداتی کشور ترکیه نشان می‌دهد که ماشین‌آلات (۱۷/۱ درصد) عمده‌ترین گروه وارداتی این کشور است. پلاستیک و مواد شیمیایی (۱۵ درصد)، وسایل نقلیه (۱۲ درصد)، فلزات (۱۱ درصد)، وسایل برقی (۱۰/۴ درصد)، سبزیجات، مواد غذایی و چوب (۸/۱) و مواد معدنی (۶/۷ درصد) در مراتب بعدی قرار دارند. نگاهی به ساختار صادراتی و وارداتی این کشور نشان‌دهنده تجارت درون صنعتی بالای این کشور است (همان).

جدول (۶): تجارت ایران و ترکیه

سال	صادرات	واردات	موازنه تجاری
۲۰۱۱	۳۰۴۴,۱۸	۷۶۴۵,۰۱	-۴۶۰۰,۸۳
۲۰۱۲	۳۵۸۹,۶۳	۱۲۴۶۱,۵۳	-۸۸۷۱,۹۰
۲۰۱۳	۹۹۲۱,۶۰	۱۱۹۶۴,۷۸	-۲۰۴۳,۱۸
۲۰۱۴	۴۱۹۲,۵۱	۱۰۳۸۳,۲۲	-۶۱۹۰,۷۱
۲۰۱۵	۳۸۸۶,۱۹	۹۸۳۳,۲۹	-۵۹۴۷,۱۰
۲۰۱۶	۳۶۶۳,۷۶	۶۰۹۶,۲۵	-۲۴۳۲,۴۹
۲۰۱۷	۴۹۶۶,۱۸	۴۶۹۹,۷۸	۲۶۶,۴۰
۲۰۱۸	۳۲۵۹,۲۷	۷۴۹۲,۱۰	-۴۲۳۲,۸۳
۲۰۱۹	۲۳۹۳,۱۲	۶۹۳۱,۲۶	-۴۵۳۸,۱۴

Source :Trademap; www.trademap.org/Index.aspx

همان‌طور که در جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود، صادرات با ایران تا سال ۲۰۱۲ به طور مداوم افزایش یافته است، اما بیش از نیمی از آن در سال ۲۰۱۳ کاهش یافته است. صادرات که در سال ۲۰۱۶ مجدداً افزایش یافت تا سال ۲۰۱۹ همچنان کاهش یافته است. از طرف دیگر، واردات روند نوسانی را دنبال کرد و در سال گذشته در سطح ۷ میلیارد دلار باقی ماند. در سال ۲۰۱۹، حجم تجارت خارجی حدود ۹ میلیارد دلار بود و همچنان کسری بودجه داشت.

برای روشن شدن علت کاهش قابل توجه صادرات کالایی ایران به ترکیه در سال ۲۰۱۹، در جدول ۶، صادراتی کالایی ایران به دو بخش نفتی مشتمل بر صادرات کالاهای فصل^۱ و صادرات غیر نفتی تقسیم شده است. در سال ۲۰۱۸ عامل مسلط در ایجاد مزاد تجاری ۴/۵ میلیارد دلاری فی‌مابین ایران و ترکیه، صادرات ۵/۷

۱ - فصل ۲۷ صادرات

میلیارد دلاری کالاهای تحت فصل ۲۷ بوده که در سال ۲۰۱۹ به علت افت ۶۳ درصدی صادرات این گروه کالایی ایران به ترکیه، مازاد تراز تجاری با افت ۷۹ درصدی به کمتر از یک میلیارد و حدود ۹۵۵ میلیون دلار می‌رسد. با توجه به کسری تراز تجاری دو فصل پایانی سال ۲۰۱۹ در صورت استمرار روند مزبور، این انتظار وجود دارد که در سال ۲۰۲۰ مازاد تجاری ایران به ترکیه از بین رفته و به کسری تجاری تبدیل شود.

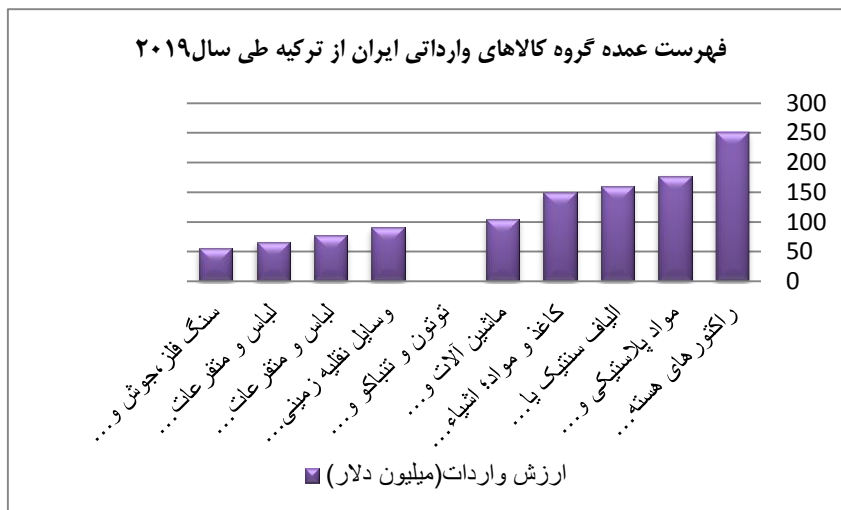
جدول (۷): خلاصه وضعیت تجارت کالایی ایران با ترکیه طی دو سال ۲۰۱۸-۲۰۲۰-۲۰۱۹

درصد تغییر	۲۰۱۹ (میلیون دلار)			۲۰۱۸ (میلیون دلار)			کل کالاها
	واردات	صادرات	تراز تجاری	واردات	صادرات	تراز تجاری	
تراز تجاری	۳،۲	۵۲،۸	-۷۹،۰	۲،۳۱۶	۳،۲۷۱	۹۵۵	۲،۳۹۳
کل کالاها	۳						
نفتی	۱۲،۰	۶۲،۸	-۶۲،۸	۴،۰	۲،۱۲۵	۲،۱۲۱	۳،۵
غیرنفتی	۳،۲	۶،۵	۰،۱	۲،۳۱	۱،۱۴۶	-۱،۱۶۶	۲،۳۸۹

مأخذ: آمارهای رسمی ترکیه و گمرک جمهوری اسلامی ایران ۱۳۹۸

صادرات کالای غیر نفتی ایران به ترکیه هم و وضعیت خوشایندی ندارد. در سال ۲۰۱۸ تراز تجاری کالاهای غیرنفتی ایران با ترکیه دارای کسری حدود ۱/۱۶ میلیارد دلاری بوده که در سال ۲۰۱۹ تقریباً تغییری نکرده است. صادرات کالای غیرنفتی ایران به ترکیه در سال ۲۰۱۹ حدود ۱/۱۵ میلیارد دلار بوده که در مقایسه با صادرات مشابه سال ۲۰۱۸، نزدیک به ۶/۵ درصد کاهش یافته است. واردات کالای غیر نفتی ترکیه به ایران هم در سال ۲۰۱۹ با کاهش ۳/۲ درصدی همراه بوده است. افت هم‌زمان واردات و صادرات کالای غیرنفتی دو کشور ایران و ترکیه در

سال ۲۰۱۹ باعث شده تا تراز تجاری فی‌مابین در مقایسه با سال ۲۰۱۸ تغییری نداشته باشد.



نمودار (۳): فهرست اقلام عمده کالاهای وارداتی ایران از ترکیه سال ۲۰۱۹

مأخذ: سایت گمرک ترکیه و گمرک جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۸)

ارزش صادرات ده فصل عمده کالای صادراتی ایران به ترکیه در سال ۲۰۱۹ برابر با ۳/۱۴ میلیارد دلار است که سهم آن از کل صادرات کالایی ایران به ترکیه در همین سال حدود ۹۶ درصد است. مقایسه دو رقم ۳۸ درصد (سهم کالاهای عمده وارداتی ترکیه از کل واردات ایران از این کشور) و ۹۶ درصد فوق، حاکی از تفاوت آشکار میان تنوع اقلام صادراتی دو کشور است. با وجود برقراری برخی ممنوعیت واردات کالایی در ایران، تنوع اقلام صادراتی ترکیه به ایران بهتر از صادرات کالایی ایران به ترکیه است. وفق جدول ۸، در شرایط تشدید تحریم هم همچنان فصل ۲۷ (کالاهای نفتی) کالای مهم صادراتی ایران به ترکیه است و ارزش صادرات بقیه فصول حتی به ۳۰۰ میلیون دلار هم نمی‌رسد.

جدول (۸): فهرست اقلام عمده کالاهای صادراتی ایران به ترکیه طی سال ۲۰۱۹

عنوان فصل	ارزش صادراتی (میلیون دلار)
سوخت‌های معدنی، روغن‌های معدنی و محصولات حاصل از تقطیر آن‌ها؛ مواد قیری؛ موم‌های معدنی	۲,۱۲۴,۸
مواد پلاستیکی و اشیاء ساخته شده از این مواد	۲۵۰,۶
مس و مصنوعات از مس	۱۷۱,۲
کودها	۱۷۰,۲
روی و مصنوعات از روی	۱۵۶,۶
چدن، آهن و فولاد	۱۱۲,۲
آلومینیوم و مصنوعات از آلومینیوم	۸۴,۱
شیشه و مصنوعات شیشه‌ای	۲۳,۳
محصولات شیمیایی معدنی	۲۲,۴
محصولات شیمیایی آلی	۲۱,۱
جمع موارد فوق	۳,۱۳۶,۳
جمع کل	۳,۲۷۰,۶

مأخذ: سایت گمرک ترکیه و گمرک جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۸)

دلایل صادرات ضعیف کالاهای غیرنفتی ایران به کشور ترکیه را باید در مسائلی همچون نبود استراتژی منسجم و یکپارچه برای ارتقاء تجارت کشور، عدم ثبات قوانین و مقررات در این حوزه، فقدان دیپلماسی تجاری، برقراری محدودیت‌ها و ممنوعیت‌ها در حوزه تجارت، تضعیف تبادلات مالی، نپرداختن اصولی به موضوعات مهم در تجارت بین‌الملل مانند بازاریابی از سوی بنگاه‌ها به علت ناطمینانی از چشم‌انداز کسب و کار و گرفتار شدن در مسیرهای طولانی و پرهزینه و عدم فرآیند اداری تجارت کشور جستجو کرد (همان).

۳- زمینه‌های همکاری‌های مشترک اقتصادی، تجاری و فرصت‌های ایران

برخی از مهم‌ترین زمینه‌های همکاری اقتصادی و تجاری بین دو کشور و فرصت‌های ایران برای کسب منافع اقتصادی و تجاری بیشتر حسب مطالعات و پیشنهاد‌های کارشناسان و متخصصان را می‌توان توجه به حوزه‌های زیر دانست:

جدول (۹): مهم‌ترین زمینه‌های همکاری اقتصادی و تجاری ایران و ترکیه

نهاد‌های مسئول	نوع اقدام	زمینه همکاری	ردیف
سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی سازمان توسعه تجارت ایران	ایجاد شهرک‌های صنعتی مشترک با محوریت تولیدات صادراتی در نزدیکی مرز دو کشور اجرای پروژه‌های مشترک با مشارکت شرکت‌های بزرگ و دولت‌های دو کشور	ایجاد شهرک‌های صنعتی مشترک	۱
سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران معاونت امور	استخراج نفت و گاز و انتقال خطوط گازی با توجه به درجه بالای اكمال بین دو کشور	سرمایه‌گذاری در زمینه صنایع نفت و گاز و پتروشیمی	۲

<p>صنایع با همکاری شرکت ملی پتروشیمی ایران (وزارت نفت)</p>	<p>سرمایه‌گذاری مشترک در زمینه پروژه‌های پتروشیمی به منظور جذب دانش فنی و تکنولوژی صنایع شیمیایی و پایین‌دستی نفت و گاز و پتروشیمی و صنایع وابسته به آن</p>		
<p>سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران معاونت امور صنایع سازمان توسعه تجارت ایران</p>	<p>سرمایه‌گذاری مشترک بین خودروسازان ایران و ترکیه (استفاده از ظرفیت‌های شرکت رنو) سرمایه‌گذاری مشترک و همکاری در صنعت قطعه‌سازی</p>	<p>تعمیق همکاری در زمینه صنعت خودرو</p>	<p>۳</p>
<p>معاونت امور صنایع سازمان توسعه تجارت ایران با همکاری اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران</p>	<p>همکاری مشترک شرکت‌های ترک با شرکت‌های ایرانی در زمینه صنعت غذا سرمایه‌گذاری مشترک در تولید مواد غذایی حلال</p>	<p>همکاری در زمینه تولید مواد غذایی و به ویژه تولید مواد غذایی حلال</p>	<p>۴</p>
<p>سازمان توسعه تجارت ایران معاونت امور اقتصادی و بازرگانی</p>	<p>سرمایه‌گذاری و همکاری مشترک بین فروشگاه‌های زنجیره‌ای موفق ایرانی با فروشگاه‌های</p>	<p>تأسیسات فروشگاه‌های زنجیره‌ای</p>	<p>۵</p>

	مشابه ترکیه ایستایی شناسی زنجیره‌های مشترک با هدف ایجاد بازار فروش محصولات داخلی دو کشور	مشترک	
سازمان توسعه تجارت ایران	مشارکت سرمایه‌گذاران ترکیه‌ای در توسعه زیرساخت‌های گردشگری در ایران در جهت صادرات خدمات گردشگری همکاری مشترک استان‌های مرزی در زمینه گردشگری و سایر حوزه‌های اقتصادی	سرمایه‌گذاری مشترک در حوزه گردشگری	۶
سازمان توسعه تجارت ایران با همکاری بخش خصوصی (اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران)	بازنگری در اقلام ترجیحی موافقت‌نامه تجارت ترجیحی (PTA) ایران و ترکیه و افزایش پوشش کالایی	تعمیق همکاری‌های تجاری از طریق موافقت‌نامه‌های تجاری	۷
سازمان توسعه تجارت ایران به همکاری وزارت نیرو	سرمایه‌گذاری مشترک در زمینه انرژی برق و صدور خدمات فنی و مهندسی برق به کشور ترکیه	ایجاد بازار منطقه‌ای برق با همکاری دو کشور	۸

<p>معاونت طرح و برنامه سازمان توسعه تجارت ایران</p>	<p>تدوین نقشه راه و برنامه عمل مناسب برای همکاری‌های ترانزیتی بین ایران و ترکیه سرمایه‌گذاری مشترک و همکاری در اجرای طرح‌های ترانزیتی به منظور تسهیل حمل‌ونقل و تجارت کالا</p>	<p>تعمیق همکاری‌های ترانزیتی در جهت تسهیل حمل‌ونقل و تجارت</p>	<p>۹</p>
<p>معاونت طرح و برنامه به همکاری وزارتخانه‌های امور خارج، نیرو و جهاد کشاورزی</p>	<p>دیپلماسی آب، مشارکت و سرمایه‌گذاری در حوضه‌های آبریز فرامرزی، منطقه‌ای برای امنیت آب، ایجاد نهادهایی برای حل اختلافات و هماهنگ کردن منابع آبی مشترک و استفاده از چارچوبی منطقه‌ای برای تسهیل همکاری در مورد منابع آبی مشترک به منظور ایجاد بستری برای تداوم همکاری‌های اقتصادی و تجاری</p>	<p>تعامل و همکاری در حوزه‌های آبریز فرامرزی، منطقه‌ای</p>	<p>۱۰</p>

۴- شناخت کشورهای رقیب ایران در تعاملات تجاری با آن کشور

روند واردات ترکیه از جهان در سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ کاهش یافته است (جدول شماره ۱۰ و نمودار شماره ۴) از ۱۰ کشور اول صادرکننده به ترکیه تنها کشورهای روسیه و امارات متحده عربی روند افزایشی داشته و بقیه کشورها نسبت به سال گذشته کاهش صادرات به این کشور را داشته‌اند، همین امر باعث کاهش واردات حدود ۲۵ میلیارد دلاری در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال گذشته بوده است (جدول شماره ۱۰).

روسیه بیشترین افزایش صادرات را در آلومینیوم آلیاژی و گندم هرکدام به میزان حدود ۵۰۰ میلیون دلار داشته است. افزایش صادرات امارات متحده عربی نسبت به سال گذشته مربوط به طلا به اشکال خام یا نیمه ساخته، روغن‌های نفتی و جواهرات و فلزات گران‌بها به غیر از نقره می‌باشد (جدول ۱۸). در سال ۲۰۱۹، از ۲۰ قلم کالای صادراتی عمده ایران به ترکیه در ۸ قلم کالا شامل آلومینیوم، میله از جنس استیل، مس، لوله‌های مس تصفیه شده، شیشه، بنزین و نفتالین و فروسیلیکون رشد صادرات مشاهده می‌شود.

جدول (۱۰): وضعیت تجاری ترکیه با جهان طی سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ ارزش میلیارد دلار

عنوان	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹
صادرات	۱۴۹,۲	۱۶۴,۵	۱۷۷,۱	۱۸۰,۸
واردات	۲۰۲,۲	۲۳۸,۷	۲۳۱,۱	۲۱۰,۳
حجم مبادلات	۳۵۱,۴	۴۰۳,۲	۴۰۸,۲	۳۹۱,۱

(وزارت تجارت ترکیه؛ ۲۰۱۹ مرکز تجارت بین‌المللی، ۲۰۱۹)

جدول (۱۱): مهم‌ترین کشورهای صادرکننده به ترکیه

رتبه	نام کشور	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹	سهم صادرکنندگان در سال ۲۰۱۹ از واردات ترکیه (به درصد)	موافقت‌نامه‌های ترکیه با کشورهای طرف تجاری آن کشور
۱	روسیه	۱۹,۵۱	۲۲,۷۱	۲۳,۱۱	۱۱,۵۵	سازمان همکاری‌های اقتصادی دریای سیاه (BSEC)، گروه G20، توافقنامه تجاری استفاده از پول‌های ملی دو کشور
۲	چین	۲۳,۳۷	۲۱,۵۰۶	۱۹,۱۲	۹,۵۶	گروه G20
۳	آلمان	۲۱,۳۰	۲۱,۵۳	۱۹,۲۷	۹,۶۳	گروه G20، موافقت‌نامه تجاری ترجیحی
۴	آمریکا	۱۱,۹۵	۱۲,۹۹	۱۱,۸۴	۵,۹۶	گروه G20
۵	ایتالیا	۱۱,۳۰	۱۰,۷۹	۹,۳۴	۴,۶۷	گروه G20
۶	هند	۶,۲۱	۷,۵۲	۶,۶۳	۳,۳۱	گروه G20
۷	فرانسه	۸,۰۷	۷,۸۳	۶,۷۶	۳,۳۸	گروه G20
۸	کره جنوبی	۶,۵۴	۶,۳۴	۵,۶۱	۲,۸۰	گروه G20، توافقنامه آزاد تجاری
۹	انگلستان	۶,۵۴	۷,۶۳	۵,۶۳	۲,۸۱	گروه G20
۱۰	امارات متحده عربی	۵,۵۴	۳,۷۸	۴,۲۳	۲,۱۶	-

سازمان همکاری‌های اقتصادی (اگو) - پروژه هشت کشور اسلامی (D8). موافقت‌نامه تجارت ترجیحی	۱,۵۵	۳,۱۰	۶,۹۳	۷,۴۹	ایران	۱۵
-	۱,۲۵	۲,۵۱	۵,۴۹	۱,۵۲	عراق	۱۸

<https://ticaret.gov.tr> ; <http://intracen.org>

۵- شناخت ابزارهای دیپلماسی تجاری استفاده شده و نشده توسط ایران و رقبای اقتصادی در آن کشور

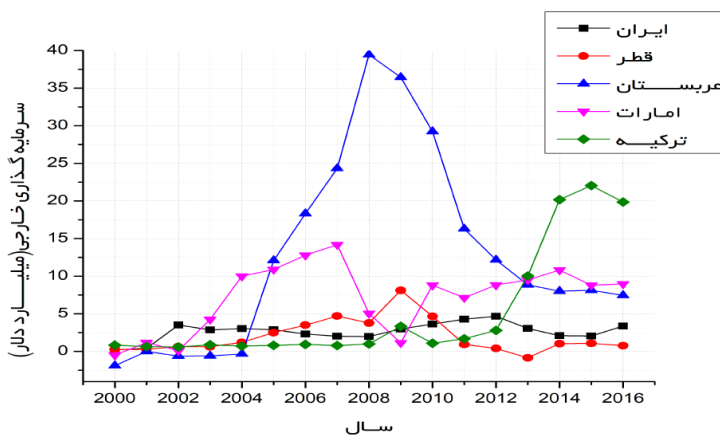
برای اینکه روند دیپلماسی تجاری در منطقه ارزیابی شود ابتدا باید جایگاه اقتصادی ایران در منطقه بررسی و سپس به ارزیابی عملکرد مثبت یا منفی دیپلماسی پرداخته شود. مهم‌ترین متغیرهایی که در بررسی‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند میزان سرمایه‌گذاری خارجی، روابط تجاری ایران و کشورهای منطقه و میزان موفقیت دیپلماسی تجاری برای عضویت ایران در سازمان‌های منطقه‌ای است. شرایط و تحولات سیاسی ایران در کنار شرایط حاکم بر نظام بین‌الملل و جهانی شدن اقتصاد از عوامل هستند که به همراه عدم رشد مناسب بخش‌های اقتصادی در ایران مانع از حضور گسترده و فعال آن در رقابت جهانی می‌شود. علاوه بر این‌ها فشارها و تحریم‌های گسترده در دو دهه گذشته که از سوی کشورهای غربی بر ایران تحمیل شده توجه به مسائل اقتصادی و به کارگیری دیپلماسی تجاری در مناسبات تجاری را برجسته ساخته است (Rana, 2013).

برای موفقیت بیشتر دیپلماسی تجاری در کشورهای در حال توسعه که از نوشته جفری ساکس الهام گرفته است بیان می‌کند آنچه برای توسعه اقتصادی در این کشورها نیاز است اینکه در کنار مشارکت نهادهای داخلی منابع کشورها و موقعیت جغرافیایی نیز مهم تلقی شوند (ارغوانی پیرسلامی و همکاران، ۱۳۹۷).

به بیان دیگر، دیپلماسی تجاری می‌تواند و باید به عنوان حوزه رابط میان سیاست خارجی و داخلی عمل کند. ضرورت‌های ناشی از نیازهای داخلی در نتیجه

افزایش جمعیت، کمبود منابع مکفی و از آن مهم‌تر تأمین نیازهای سرمایه‌ای و فنی ایجاب می‌کند تا در عرصه خارجی راهبردها و سیاست خارجی به گونه‌ای عمل کند تا با اتصال به منابع سرمایه بین‌المللی زمینه را برای برآوردن این نیازها مهیا کند. از این رو باید گفت سیاست داخلی و خارجی کشورها ارتباطی وثیق و ناگسستنی با یکدیگر در جهان امروز دارند؛ از یک سو نیل به سیاست خارجی موفق در گرو مساعد بودن شرایط اولیه یعنی همراهی سیاست داخلی (تغییر ذهنیت نخبگان، بسیج منابع، انسجام در رفتارها و رسیدن به یک تعریف واحد از منافع ملی) است (جانی، ۱۳۹۷).

آمارهای آنکتاد گواه این مطلب است که حجم سرمایه‌گذاری‌های خارجی در ایران دستخوش تغییرات بسیاری است. این آمارها نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری خارجی در ایران در فاصله سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۸ روند نزولی داشته و پس از آن تا سال ۲۰۱۲ با شیب ملایمی افزایش یافته است. در سال ۲۰۱۳ سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران رشد منفی داشته و افت شدیدتری نسبت به سایر همسایگان به ویژه ترکیه داشته است (نمودار شماره ۴).



نمودار (۴): میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی

Source: World Bank, 2018

جدول شماره ۱۲ مقایسه از میزان جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران و برخی کشورهای منطقه است که بر اساس داده‌های آماری میزان سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای نفتی مانند ایران و عربستان سعودی به دلایل مختلفی اعم از شکاف‌های سیاسی در منطقه، ناامنی ایجاد شده به دلیل حضور گروه‌های تروریستی و تحریم‌های بین‌المللی برای ایران با کاهش روبه‌رو شده است. این ارقام گواه این مطلب است که در ایران به نسبت کشورهای مشابه در منطقه، سرمایه‌گذاری با روندی نزولی روبه‌رو بوده است (جدول شماره ۱۲).

جدول (۱۲): مقایسه روند جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران و کشورهای منتخب (میلیون دلار)

کشور/سال	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶
هند	۲۴۱۹۶	۲۸۱۹۹	۳۴۵۸۲	۴۴۲۰۸	۴۴۴۸۶
ترکیه	۱۳۲۸۴	۱۲۲۸۴	۱۲۱۳۴	۱۶۵۰۸	۱۱۹۸۷
امارات	۸۸۲۸	۹۴۹۱	۱۰۸۲۲	۱۰۹۷۶	۸۹۸۶
عربستان	۱۲۱۸۲	۸۸۶۵	۸۰۱۲	۸۱۴۱	۷۴۵۳
ایران	۴۶۶۲	۳۰۵۰	۲۱۰۵	۲۰۵۰	۳۳۷۲
کویت	۲۸۷۳	۱۴۳۴	۹۵۳	۲۹۳	۲۷۵
قطر	۳۹۶	۸۴۰	۱۰۴۰	۱۰۷۱	۷۷۴

Source: UNCTAD, 2017

تراز تجاری که شاخصه دیگر روابط اقتصادی است به نوعی بیانگر کارآمدی یا ناکارآمدی سیاست‌های تجاری کشورهاست. اگرچه در سال‌های بعد روندهای رو به رشدی هم دیده شده اما همین افزایش واردات در مقابل کاهش صادرات به ویژه در روابط تجاری ایران و اعضای شورای همکاری خلیج فارس مانند امارات و عربستان خود نشان‌دهنده ضعف در ایجاد روابط تجاری دو سویه و نیز نبود یک دیپلماسی تجاری کارآمد برای ایران بوده است. مهم‌ترین ضعف ایران در برقراری

روابط تجاری با همسایگان خود در منطقه علاوه بر اختلافات سیاسی، متنوع نبودن کالاهای صادراتی یا عرضه کالاهایی که زمینه جذب همسایگان را فراهم نمی‌کند (Cammett et al, 2015).

هرچند امارات یکی از مهم‌ترین شرکای تجاری ایران در سال‌های گذشته بوده، اما حتی با وجود اینکه ارزش صادرات غیرنفتی ایران در سال ۲۰۱۴ به ۱۱,۵ میلیارد دلار رسید این تبادلات از نوع روابط یک طرفه بوده است. بر اساس آمارهای بانک جهانی در سال ۲۰۱۴، فقط ۵ درصد کالاهای صادراتی ایران به کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس رفته است (گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۷). افزون بر شاخص‌های اقتصادی که همگی حاکی از ضعف دیپلماسی و روابط اقتصادی ایران با کشورهای منطقه است در حوزه سازمان‌های منطقه‌ای فراگیر با رویکرد توسعه محور و اقتصادی را شکل دهد معدود نهادهای موجود نیز در این منطقه فاقد کارایی بوده‌اند. شورای همکاری خلیج فارس دچار چالش‌های ساختاری درونی و اختلاف میان اعضا بوده و عملاً نتوانسته از حوزه صرف تهدید محور خود را برهاند. ضمن اینکه این شورا ایران را به مثابه یک تهدید وجودی تلقی می‌کند و در نتیجه بیشتر بر نگاه امنیتی متمرکز است تا پذیرش ایران به عنوان یک عضو (Nejad, 2017) اکو سازمان منطقه‌ای دیگر است که با چالش‌های متعددی همچون عدم اولویت داشتن برای اعضا، فقدان تمرکز موضوعی و اهداف متفاوت اعضا برای همکاری با آن مواجه است (ذوالفقاری و جعفری، ۱۳۹۵).

نتیجه‌گیری

روابط ایران و ترکیه همواره ترکیبی از رقابت و همکاری ولی باثبات بوده است. اغلب دلیل این ماهیت متعارض، وضعیت سیاست متفاوت دو کشور قلمداد شده ولی هم‌زمان، تجارت نیز نقش مهمی در این زمینه ایفا کرده است. تبادل امتیازات اقتصادی و تجاری بین دو کشور با رویکرد برد-برد و توسعه زمینه‌های همکاری در طیف وسیعی از حوزه‌ها شامل بخش‌های صنعت، کشاورزی،

خدمات و گردشگری، نفت، گاز و پتروشیمی لازمه بهره‌مندی حداکثری از فرصت‌های سرمایه‌گذاری بین دو کشور و ایجاد انگیزه تعامل دو سویه هم‌افزا بین سیاست‌گذاران و دولت‌مردان و بخش خصوصی دو طرف است؛ به عبارت دیگر موفقیت در استفاده از فرصت‌های سرمایه‌گذاری و کسب حداکثری منافع اقتصادی و تجاری در صورت ایجاد یک شبکه گسترده از همکاری‌ها بین دو کشور امکان‌پذیر خواهد بود تا هم ریسک تمرکز شدید صادرات ایران به ترکیه مرتفع شود و هم به دلیل پوشش بالای زمینه‌های همکاری، پایداری و ماندگاری روابط متقابل اقتصادی و تجاری تضمین شود؛ اما قبل از هر اقدامی ورود هوشمندانه به پیمان‌های پولی دو و چند جانبه با سایر کشورها از جمله کشورهای همسایه مانند ترکیه می‌تواند تا حد زیادی از محدودیت‌های احتمالی جلوگیری کند. انعقاد قرارداد دوجانبه مالی با ترکیه به منظور استفاده از پول‌های ملی دو کشور برای نقل و انتقالات مالی و حذف ارزهای واسط باعث کاهش قابل ملاحظه ریسک‌ها و هزینه‌ها و تسهیل تجارت دو کشور می‌شود بر این اساس برخی از مهم‌ترین زمینه‌های همکاری اقتصادی و تجاری بین دو کشور و فرصت‌های ایران برای کسب منافع بیشتر حسب مطالعات و پیشنهادهای کارشناسان را می‌توان توجه به حوزه‌های زیر دانست:

- ۱- تلاش برای ایجاد شهرک‌های صنعتی مشترک با توجه به تمایل ترکیه به سرمایه‌گذاری در نقاط مرزی دو کشور.
- ۲- سرمایه‌گذاری در صنایع نفت و گاز و پتروشیمی با توجه به وجود سوابق سرمایه‌گذاری مشترک در پروژه‌های نفت و گاز بین شرکت‌های ایرانی و ترک.
- ۳- تعمیق همکاری در زمینه صنعت خودرو با توجه به مشارکت خودروسازی ترکیه با شرکت‌های خارجی و استفاده از ظرفیت‌های شرکت رنو در ایران.
- ۴- همکاری در زمینه تولید مواد غذایی و به ویژه تولید مواد غذایی حلال با توجه به پیشرفت‌های کشور ترکیه در این حوزه.
- ۵- جلب مشارکت برای سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری ایران با هدف ایجاد توازن در گردشگران دو کشور و استفاده از تجارب کشور ترکیه در این خصوص.

- ۶- مذاکره جهت مشارکت تجار ایرانی و تأمین نیازهای فروشگاههای زنجیره ترک و مذاکره اولیه جهت ایجاد فروشگاه زنجیره ایرانی در بازار ترکیه.
- ۷- مناسبات ایران و ترکیه غیر از کمیسیون مشترک امنیتی که مسائل مرزی را تنظیم می‌کند از طریق کمیسیون دولت در سطح وزرا پی‌گیری شود.
- ۸- اعطای خطوط اعتباری متقابل و یا پذیرش ریال توسط بانکهای ترکیه و پذیرش لیر توسط بانکهای ایران.
- ۹- تشکیل یک کمیته مالی از سازمان بورس‌های دو کشور برای پذیرش سهام شرکت‌ها و عزم و اراده ملی و انسجام و هماهنگی لازم بین دستگاه‌های اجرایی دولتی در پذیرش و جذب سرمایه‌های خارجی.
- ۱۰- تشکیل یک کمیته عالی مشترک از سازمان‌ها و وزارتخانه‌های مرتبط دو کشور در زمینه دیپلماسی تجاری.
- ۱۱- تأکید و توجه بیشتر بر ترانزیت (و سایل حمل‌ونقل و جاده و مانند آسفالت جاده‌های ارتباطی).
- ۱۲- تأسیس صندوق مشترک یا بانک دولتی. ایجاد صندوق حمایت از سرمایه‌گذاری مشترک ایران و ترکیه

منابع

- اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران (۱۳۹۹). مروری بر تجارت ایران و ترکیه در سال (۲۰۱۹).
- ارغوانی پیرسلامی، فریبرز و اسماعیلی، محدثه (۱۳۹۷). چالش‌ها و موانع دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در منطقه خاورمیانه. فصلنامه مجلس و راهبرد. ۲۶(۹۷): ۷۱-۱۰۵.
- باقری، حسین و همکاران (۱۳۹۶). الگوی پیشنهادی دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در راستای عمق‌بخشی خارجی انقلاب اسلامی. فصلنامه آفاق و امنیت. ۱۰(۳۴): ۶۴-۳۵.
- بزرگی، وحید (۱۳۹۳). دیپلماسی تجاری و ساختار نهادی آن. بررسی‌های بازرگانی. ۶۸: ۷۵-۸۹.
- بزرگی، وحید و عابدین، محمدرضا (۱۳۸۷). چارچوبی برای بررسی و تدوین دیپلماسی تجاری در دوران جهانی شدن و وابستگی متقابل. اطلاعات سیاسی اقتصادی. ۸-۷: ۲۴۸-۲۴۷.
- پژوهشکده توسعه بازرگانی (۱۳۹۸). زمینه‌های همکاری اقتصادی و تجاری دوجانبه ایران با ترکیه. گروه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی خارجی.
- ثاقب، حسن (۱۳۹۵). تعیین فهرست کالاهای درخواستی برای اخذ امتیازات تعرفه‌ای در موافقت‌نامه تجارت ترجیحی ایران - ترکیه (یک روش پیشنهادی). مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی. پژوهشکده توسعه بازرگانی (گروه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی خارجی).
- ثاقب، حسن (۱۳۹۷). بررسی موافقت‌نامه‌های تجاری دوجانبه بین ایران و شرکای تجاری. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- جانی، سیاوش (۱۳۹۷). بررسی تأثیر سطوح مختلف نهادی بر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای حوزه سند چشم‌انداز. مجله مجلس و راهبرد. ۲۵(۹۳): ۳۰۷-۳۳۴.
- دفتر مطالعات اقتصادی (گروه محیط کسب و کار) (۱۳۹۴). بررسی سند و شاخص‌های زمینه‌ساز چشم‌انداز اقتصادی ترکیه (۲۰۲۳ میلادی) و ایران (۱۴۰۴ شمسی) (۲۰۲۵). تهران.

مرکز پژوهش‌های مجلس.

ذوالفقاری، وحید و جعفری، علی‌اکبر (۱۳۹۵). سامانه منطقه‌ای اکو: متحدان تاکتیکی و مصلحت‌گرا یا رقبای استراتژیک و منفعت‌گرا. راهبرد. ۲۵(۷۸): ۲۷۴-۲۴۹.

صیوری، ضیاء‌الدین و صالحیان، تاج‌الدین (۱۳۹۶). بررسی راهبردی دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران: مطالعه موردی دولت یازدهم و دوازدهم. پژوهش‌های روابط بین‌الملل. ۱(۲۴): ۱۵۷-۱۳۳.

ظباطبایی، سید علی (۱۳۸۸). بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی ایران در عصر جهانی شدن. مطالعات سیاسی. دوره ۲، ش ۵.

غائبی، محمدرضا (۱۳۹۵). اقتصاد سیاسی روابط ایران و ترکیه در دوره حکومت حزب عدالت و توسعه. فصلنامه سیاست خارجی. ۳۰(۲): ۱۱۳-۸۵.

فاطمی‌امین، سیدرضا (۱۳۹۲). برنامه راهبردی صنعت، معدن و تجارت (سطح کلان). تهران. جهاد دانشگاهی (واحد شهید بهشتی).

کریمیان، علیرضا و کرمی، جهانگیر (۱۳۹۸). سیاست اوراسیایی ترکیه: منافع و دستاوردها. فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل. ۹(۲): ۱۶۰-۱۳۳.

لطفی افشار، مرتضی (۱۳۹۸). بررسی آماری وضعیت واردات و صادرات ترکیه. سازمان توسعه تجارت ایران.

مرکز همکاری‌های فناوری و نوآوری ریاست جمهوری (۱۳۹۲). ظرفیت‌ها و توانمندی‌های علم و فناوری در ترکیه. تهران. مرکز همکاری‌های فناوری و نوآوری ریاست جمهوری.

نیاکویی، سید امیر و بهمنش حسن (۱۳۹۱). بازیگران معارض در بحران سوریه: اهداف و رویکردها. فصلنامه روابط خارجی. ۴(۴): ۹۷-۱۳۵.

هرورانی، حسین و عزیزنژاد، صمد (۱۳۹۹). آسیب‌شناسی موافقت‌نامه‌های دوجانبه ترجیحی، بازرگانی و گمرکی در تجارت خارجی کشور. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی. دفتر مطالعات اقتصادی (گروه مطالعات بازرگانی).

Anadolu Agency, 11 January, Available at: <http://www.hurriyetdailynews.com/turkeys-gas-consumption-decreases-6-pct-in-2018-140433>, Accessed on: 13 August 2019.

Baine, N. & S. Woolcock (2003), *The New Economic Diplomacy: Decision*

Making and Negotiation in International Economic Relations, Aldershot: Ashgate Publishing Ltd.

BP (2019), "Statistical Review of World Energy", British Petroleum, 68th Edition, Available at: <https://www.bp.com/content/dam/bp/businesssites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-statsreview-2019-full-report.pdf>, Accessed on: 12 August 2019.

EIA (2012), "International Energy Outlook 2011".

EIA (2017), "Country Analysis Brief: Turkey", U.S. Energy Information Administration, 2 February, Available at: https://www.eia.gov/beta/international/analysis_includes/countries_long/Turkey/turkey.pdf, Accessed on: 12 August 2019.

EPDK (2012), "Doğal Gaz Piyasası Raporu 2011".

EPDK (2012), "Elektrik Piyasa Raporu 2011". Hurriyet. (2017, August 18). Turkish contractors rank second in world for foreign projects for 10th straight year. Retrieved on Investment Support and Promotion Agency of Turkey, "Turkey Vision 2023", Invest.gov.tr.

ITA (2019), "Turkey - Oil and Gas Equipment – LNG and LNG Terminals, Upstream, Downstream and Midstream", The U.S. Department of Commerce's International Trade Administration, 18 June, Available at: <https://www.export.gov/article?id=Turkey-Oil-and-Gas-Equipment-LNG-and-LNG-Terminals-Upstream-Downstream-and-Midstream>, Accessed on: 3 August ۲۰۱۹.

Kostecki, Michel and Olivier Naray, "Commercial Diplomacy and International Business," Discussion Papers in Diplomacy, Netherlands Institute of international Relations 'Clingendael,' 2007.

Nejad, Ali Fathollah (2017). "Facing Big Political Challenges", (observed: ۸/۲/۲۰۱۸) at: <https://www.brookings.edu/blog/markaz/2017/12/06/facing-big-political-challenges-this-weeks-gulf-cooperation-council-meeting-fell-flat/>

OECD (2018), Country statistical profiles: Turkey Thomson Reuters Datatream/Karin Strohecker.

OECD Economic Outlook No. 91.

OECD (2019), Country statistical profiles: Turkey.

Rana, Kishan S(2013). "Economic Diplomacy: the Experience of Developing Countries." In Economic Diplomacy, by Kishan S Rana, 11-88. New Delhi: Palgrave, 2338.

Temizer, M. (2019), "Turkey's Gas Consumption Decreases 6 pct in 2018". Trademap; www.trademap.org/Index.aspx

TÜİK (2018). <http://www.resmiistatistik.gov.tr/>

UNCTAD (2017). "World Investment Report 2017" (observed: 7/2/2018) at: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2017_en.pdf.

World Bank Report. (2013). World Development Indicators-Turkey. on <http://databank.worldbank.org>.

World Top Exports. (2018). Turkey's Top Trading Partners. <http://www.worldstopexports.com/turkeys-top-import-partners/>

WTO (2018), Trade Profile: Turkey.

<https://fa.tradingeconomics.com/turkey/inflation-cpi>(Investment Support and Promotion Agency of Turkey, "Turkey Vision 2023", Invest.gov.tr.

[http://country.eiu.com/article.aspx?articleid=390960823&Country=Turkey&topic=Economy&subtopic=Long-term + outlook & subsubtopic=Summary.](http://country.eiu.com/article.aspx?articleid=390960823&Country=Turkey&topic=Economy&subtopic=Long-term+outlook&subsubtopic=Summary)

[http://www.hurriyetdailynews.com/turkish-contractors-rank-second-in-world-for-foreign-projects-for-10th-straight-year—116920.](http://www.hurriyetdailynews.com/turkish-contractors-rank-second-in-world-for-foreign-projects-for-10th-straight-year—116920)